地域活性化に向けた協働

連携の基礎に「共通言語」
多様なアプローチで具体化

都市ガス事業者が持続的に発展するには自治体や企業などと協働で、地域活性化に貢献することが必要だ。重要なのは、自治体や企業と「共通言語」を持つこと。筑紫ガスは「食を通じた地域価値向上」をキーワードに連携の輪を広げた。長野都市ガス、上田ガス、松本ガス、諏訪ガスは長野県のSDGs（持続可能な開発目標）の登録制度に参加した。今回はこれら5社の多様なアプローチを紹介する。

「食」通じ連携の輪広げる
地域一のエネ会社への布石
筑紫ガス

筑紫ガスは、地元飲食店などと連携し、「食」を通じた地域活性化の取り組みを実践中だ。「つは年1回開く「ガスまつり」。地元飲食店が多数出店することで、年々来場者数が増加、地域を代表するイベントに育ってきた。もう一つは地元筑紫野市で生まれ、今は首都圏などにも出店する総合飲食会社「O・B・U Company」（OBU、オービーユー・カンパニー）と連携した「元気な地域づくりプロジェクト」だ。これらの取り組みは、筑紫ガスが中期経営計画に掲げる目標「地域ナンバーワンのエネルギー会社」に向けた布石となっている。

地域を代表するイベントに

筑紫ガスは昨年11月、筑紫野市有数のショッピングモールの広大な駐車場を会場とし、10回目の「ガスまつり」を開催した。屋台が所狭しと並び、多くの来場者が楽しんだ。同会場での開催は初めてだったが、来場者数は前年を倒以上上回る5000人以上となった。

ガスまつりでは、同社の供給エリア3市2町の飲食店が多数出店し自慢の味を来場者に披露した。営業推進部営業企画グループの有馬祐未主任は「出店舗にはPRの場としても活用してもらった。実店舗で使えるクーポン券を配布し、後日来場者が足を運んでくれた、うれしい報告をしてくれた店もあった」と話す。

筑紫ガスは、2017年12月策定の中期経営計画で、「地域の付加価値を高め地方創生に貢献する」という経営方針を掲げ、ガスまつりを一地方創生に貢献できる取り組み」と位置付けた。「ガスまつりは地域の付加価値の創造にぴったり当てはまる」（黒川元博取締役営業統括本部長）からだ。昨年は、この考え方をより強く反映した。会場をより強く反映した。会場を公的施設から商業施設に変更。イベントの自由度が増し、来場者が増えても駐車スペースの心配がなくなった。

また初めて地元の社会活動の場所を提供した。ネパールの教育支援活動をしている筑紫女学園大学（太宰府市）の研究室に同国の産品を販売するスペースを提供したことで、そこでの売り上げが同国の学校の校舎建設の一助となった。地元飲食店などと連携し、「食」を通じた地域活性化の取り組みを実践中だ。

ガスまつりでは飲食店舗が特に人気だ

地元色豊かなステージ

有馬主任

黒川取締役

隠れた特産品を発信

筑紫ガスは19年から「元気な地域づくりプロジェクト」にも取り組んでいる。農作物など、地元住民にも知られていない隠れた特産品を発掘し、年4回発行の顧客向け情報誌「ガスナビ」で紹介し、広める試みだ。

19年は一般にはあまり知られていない筑紫野市名産の「天拝みそ」と「山口生姜」を紹介、それらを組み合わせた料理を自宅で楽しめるよう、おかずやつまみになる金山寺みその独自レシピもつくった。筑紫ガスの料理教室でも特別講座を開いた。金山寺みその名前を公募し、11月のガスまつりでお披露目し、参加者向け食品にするなど、ガスまつりとの連携も図った。

レシピづくりと料理教室の講師は、筑紫野市に本社を置き首都圏やフランスなどに国内外に飲食店を展開する総合飲食会社のBUが担当した。筑紫ガスの前田健之執行役員営業部長兼営業推進室長と、BUの朝長純執行役員は、「筑紫野市は歴史ある温泉など観光資源があり魅力的な地域だがブランド力はまだ弱い。地元の良さをもっと発信し、食を通じて地元だけでなく、県外、国外からお客さまに来てもらえる筑紫野を創りたい」と語る。

小郡市を取り上げたガスナビ1月号

筑前町を取り上げたガスナビ4月号

前田専務

OBU朝長執行役員

筑紫ガスの前田専務も「われわれの役割は、隠れた特産品を知ってもらい、継続的に発信し、地産地消の流れを作り出し、地域の中でお金を回していくお手伝いだ」と語る。また、OBUの朝長執行役員は、「食の魅力を上げることが、人が集まる元気な地域の一歩。当社と筑紫ガスの強みを生かし、付加価値の高い体験型のサービスなどができると面白いと思う」と展望を語った。

「創生」の取り組みを面に

「ガスまつりと元気な地域づくりプロジェクトはそれぞれ単独事業で始まった。そのままだとバラバラの『点』だったが、中計で地域の付加価値向上という方針を示したことで『点から『面』にしよう、そういう流れになってきた」（黒川取締役）

例えば、「3市2町にはゆるキャラマスコット展示や地元PRブースなど、16年からガスまつりに参加してもらっている。昨年はガスまつりの後、市長や町長にあいさつに行き、そこでガスナビで取り上げる特産品のヒントをもらい、登場をお願いした（石橋課長）という。二つのプロジェクトがしっかり相乗効果を発揮しているわけだ。

筑紫ガスの前田専務は中計について語る。

「われわれのエリアも長期的には人口減の流れが強まる。新たなサービスに取り組んでも市場が縮小してしまっては元も子もない。積極的に地方創生に貢献し、市場を大きくすることが、当社の真の課題だと考え、中計の柱に地方創生への貢献を盛り込んだ」

「併せてガス、電気の拡販にも努め、『地域ナンバーワンのエネルギー企業』のブランド力も強める。今後新規事業を展開する上で、地元企業とのアライアンスが重要で、個人のお客さまだけでなく、他企業からも『まず筑紫ガスに相談してみよう』と思える存在になれるかどうかが勝負だ」と語る。

中計は、経営陣が大まかな方向性を示し、各部門がそれに肉付けする形で策定した。ガスまつりを地域のブランドづくりの施策として位置付けたのは営業の現場サイドの提案だ。中長期の会社の方向性を経営陣と従業員が共有する、今回の取材を見る限り、その中計の大きな狙いは、大成功だと感じた。

倉鍵常務

石橋課長

ライオンズクラブを通じて関係をつくった倉鍵常務取締役は「社会貢献活動を行う地元団体にガスまつりを活用してもらうほか、地域のブランドアップに貢献できると考えた」と話す。

「ガスまつりは09年の第1回から10年を経て、一般顧客への謝恩という位置付けに地域貢献の場という役割が加わった。ガスまつりは地域活性化だけでなく、今や当社と行政、大学、高校などとの関係づくりの場にもなりつつある。今後も集客力が強いグルメを軸に、皆さんの期待に応えたい」（営業企画グループ石橋智康課長）という。

取り上げ、それが味わえる道の駅のレストランを紹介。田頭喜久司筑前町長が町のPRをした。OBUはそのレストランの看板である「かまど炊きごはん」のおいしさの秘密を解説し、家庭でご飯をたくときのコツを解説した。単なる料理紹介にとどまらず、地域資源の発掘と自治体との連携につながっている。

OBUは今も本社を置く筑紫野市に深い思い入れを持っている。同社の朝長裕執行役員第一営業本部長は、「筑紫野市は歴史ある温泉など観光資源があり魅力的な地域だがブランド力はまだ弱い。地元の良さをもっと発信し、食を通じて地元だけでなく、県外、国外からお客さまに来てもらえる筑紫野を創りたい」と語る。

筑紫ガスのプロフィール

▼本社＝福岡県筑紫野市紫▼設立＝1964年▼社長＝前田健吾▼供給区域＝筑紫野市、太宰府市、小郡市、基山町、筑前町▼需要家件数＝4万765件（2019年度実績。普及率56.2%）▼グループ会社＝住宅建築・リフォームなどの筑紫ガスリビング、ガス配管工事などのシージー設備、総合保険サービスの筑前興産

矢崎エナジーシステム株式会社　http://www.yazaki-group.com/
ガス機器事業部：〒431-3312 浜松市天竜区二俣町南鹿島23 ☎(053)925-4511
東北営業部☎(022)284-9114　関東営業部☎(03)5782-2702　中部営業部☎(052)769-1532　関西中国営業部☎(06)6458-8185　九州営業部☎(092)411-4834　矢崎総業北海道販売(株)☎(011)852-2914　矢崎総業四国販売(株)☎(087)833-3335