ガスとセット販売推進

新ガス料金、KDDIと提携

北海道電力

北海道電力は1月28日、強制給排気（FF）式の暖房給湯向けの新ガス料金プランと、家庭向け電力・ガス販売におけるKDDIとの代理店契約締結を発表した。道内で普及するFF式のガス暖房機利用者向けに割安な料金の提供を1日から開始。厚い顧客基盤を持つKDDIと組み、電力とガスのセット販売を推し進める。

北電のFF暖房給湯プランはFF式のガス暖房機や給湯器の利用者に訴求するが、実際にこれらの機器を使用していなくても契約できる。北海道ガスの「家庭用FF暖房・給湯契約」（暖房と給湯にガスを利用）との比較では使用量にかかわらず2％割安という。対象の電気プランとセット契約すれば3％のセット割が加わり割引率は5％に拡大する。

電気を30A契約で月230キロワット時、ガスを給湯か暖房か融雪に20立方メートル使う人が、北電の電気（エネとくポイントプランB）とガス（一般料金）を契約すると、年間の電気＋ガス代は14万6620円となり、セットで北ガスにするより2360円安くなるという。電気は同量、ガスはFF暖房機と給湯器に利用して月50立方メートル使うケースでは、北電にまとめると年19万2910円と、同様に4070円安くなると試算する。

北電は3月31日まで「FF暖房給湯プラン新登場キャンペーン」を実施。期間中に「ほくでんガス」の新規申し込みで、コロナ禍のおうち時間に役立つ家電等を抽選で70人にプレゼントする。

KDDIは17日からau携帯電話ユーザー等を対象に、「auショップ」などを通じて、北電の電気・ガスを「auでんき」「ほくでんガス　for　au」の名称で代理販売する。電気は2プランあり、携帯電話とのセット契約で電気料金の最大5％分のポンタポイントを還元。ガスも一般料金とFF暖房給湯の2プランで、北ガスからの切り替えでどちらも2％割安になる。電気とガスをセットで契約すればガス料金の3％のポイントを還元。「auPAYカード」決済でポイント還元率は5％にアップする。

KDDIが大手電力と販売代理契約を結ぶのは北電が7社目。東北、四国、九州電力管内では小売電気事業者として電気を供給する。新電力としては全国5位（19年度）の販売量を誇り、北海道でも北ガスに次ぐ2位（18年11月時点）。道内のau携帯契約数は昨年9月末で累計210万件に上り、北電は同社と組むことで販売電力量の増大と電力・ガスセット顧客の囲い込みを狙う。

北電はまた、ガソリンスタンド道内最大手の北海道エネルギーとも提携。北電の電気と北海道エネルギーのカード利用者が、ガスも北電と契約すると、ガソリン代を割り引くサービスを1日から始めた。

北電は昨年10月、北ガスの供給エリアのうち函館市と北見市を除く道央圏の6市を対象に、都市ガス小売り事業に参入した。当初は電気とセット販売のみだったが2月からはガス単体も売る。

受けて立つ北ガスは「キャンペーンなどで対抗するのではなく、省エネ支援サービスや長年培ってきた機器修理・点検など顧客満足度の面で差別化を図りたい」（広報部）という。北ガスの電力獲得件数は昨年末までに18万7175件。今年度20万件を目指す。

顧客情報が流出

サイト不正アクセス

東京ガス

東京ガスは1月30日、運営する「癒やし」と効果的な入浴方法について情報を発信する恋愛ゲーム「ふろ恋　私だけの入浴執事」のウェブサイトに登録していた全ウェブ会員の顧客情報（メールアドレスとニックネーム）1万365件が流失したと発表した。

これは第三者からの不正アクセスに起因するもので、現在、実際にゲームをするためのスマートフォン用アプリも含め、一時的にサービスを停止している。

今回、不正アクセスを受けたサイトは、ゲームアプリの配信前に、ゲームの情報を先行して知らせる等に使用しているファンサイトで、ゲームアプリの顧客情報とは切り離されている。

1月27日深夜から同サイトやアプリ内に、海外のアダルトサイトに誘引するリンクが貼られていることが顧客からの通報で発覚した。調査したところ、同29日にサイトへの不正アクセスがあり、ウェブ会員1万365件のメールアドレス等が流失していることが判明した。この情報は東京ガスの委託先が管理していた。

同社は同サイトおよびアプリについて、利用者の安全を確認できるまで、サービスを再開しないとしている。情報が流失した顧客に対しては、メールでおわびをし、注意喚起を案内している。現時点で、情報が悪用された事実はないという。

この恋愛ゲームは、2020年3月に配信を始め、1月24日までにダウンロード数が6万件を超えていた。人気の若手声優やイラストレーターを起用し、話題となっている。ターゲットを仕事や育児で忙しい女性に絞り、同社がなかなかアプローチできなかった層との接点強化に役立てるという目的もあった。

同社では、「お客さま情報の保護を極めて重要な事項と認識しており、このたびの事態の発生を真しに受け止め、再発防止に努める」とコメントしている。

玉川学園にCN都市ガス

東京ガス　学校施設へ初導入

東京ガスは2日、学校法人玉川学園（小原芳明理事長、東京都町田市）との間でカーボンニュートラル（CN）都市ガスの供給に関する基本合意書を締結し、同日から学園内で使用する都市ガスの全量をCN都市ガスに切り替えたと発表した。学校教育施設がCN都市ガスを導入するのは初めて。契約期間は3年でガス供給量は年間80万立方メートル。合計7000トンの二酸化炭素（CO_2）削減に貢献する。

CN都市ガスは、東京ガスがシェルグループから購入したカーボンニュートラルLNG（CNL）を活用したもの。シェルが保有するCO_2クレジットによって、天然ガスの採掘から燃焼に至るまでの過程で発生する温室効果ガスを相殺している。温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度で認められるCO_2削減には含まれないが、ESGレポートなどに自主的な取り組みとして記載することはできる。CN都市ガスの採用は6例目。

玉川学園は教育信条の一つに「自然の尊重」を掲げ、2000年に総合学園として世界で初めて環境マネジメントの国際規格ISO14001認証を取得している。

ガス直営の販売店経営

～自由化時代の4社～

②

子会社化で4つの成果

静岡ガス「エネリア」

リアルとデジタル、接点の融合を

静岡ガスは2007年1月に12地域・11社体制で発足した地域営業チャネル「エネリア」を3地域3子会社へ再編し、今年1月から新体制で再出発した。電化対抗に向けた有効な販売店再編策の先駆けとして、業界の注目を集めた「エネリア」はどこに向かうのか。変遷の経緯と子会社化の狙いを探った。

◇

顧客接点強化に向け、外部委託業務を地域営業チャネルに一元化しようというのが、エネリア構想の出発点だった。当時21あった販売店を12に再編。家庭用需要家約30万件を1エネリアに約2万5000件ずつ割り当て、1人の営業マンが約1000件を担当する「エリア営業体制」を敷き、開閉栓から機器販売・修理、メーター・警報器交換、定期保安調査、リフォームまであらゆるニーズにワンストップで応える体制を築いた。

静ガスは資本を入れない代わりに、指南役となるエリアマネージャーと熱量変更作業を終えたスタッフを出向させ、エネリアの経営を支援。戸建需要家を年に1度訪問する「ふれあい巡回」を営業活動の柱に据えた。5～6年はどのエネリアも右肩上がりの成長を続けたものの、売り先が一巡すると成長が鈍化する店が出現。14年10月に静ガス子会社の静岡ガスリビングが「静岡中央」の経営を引き継ぎ、17年4月には「清水南」と「富士」も同社直営となった。

この頃から静ガスはエネリア直営化の構想を描き、今の体制にたどり着くまでに3段階のステップを踏んだ。まず18年3月に「エネリア東部東」を設立。同名のエネリア経営者の撤退を受け、「東部北」を経営していた平尾健太郎氏が存続会社の東部東に60％、静ガスが40％を出資。平尾氏が代表に就き、東部北・東の両エリアを担うこととなった。同年11月には同じく存続会社に他社を合併させる形で「エネリア静岡中央」「エネリア静岡北」「エネリア東部中央」を設立、19年1月から4社体制で運営を始めた。

そして、今年1月に「東部中央」と「東部東」が合併し、「エネリア東部」が誕生した。静ガスは両社を完全子会社化した上で東部中央を存続会社として東部東を合併し、名称を変更。代表に東部中央の社長だった塩澤豊氏、専務には東部東の平尾氏が就き、6市3町、約11万4000戸を担う最大のエネリアとなった。

家庭用営業を指揮する杉山武靖執行役員営業本部副本部長兼営業本部くらしデザイン部長は子会社化の狙いについて「電力・ガス自由化やお客さまニーズの多様化など事業環境が変化する中、後継者不足や経営難でお客さまを満足させられるサービスが提供できない店が出てきたため、当社の資本を入れて経営基盤を強化し、弱いところは統合して考え方も統一するよう、エリア体制を強じん化した」と説明する。

実際、子会社化して2年間で①経営管理体制②事業計画③人材募集④静ガスとエネリアの役割の明確化――の4つの面で成果があったという。①は個社任せだったものが静ガスのコンプライアンスに沿った形に共通化。②はこれまで静ガスから渡された台数計画に沿って営業をしていたものが、自ら3カ年計画を立案し、責任持って取り組めるようになった。③は慢性的に人手不足だったエネリアに大きな効果をもたらした。静ガスが入り口となることで応募人数が増え、新卒をはじめ優秀な人材を確保できるようになったのだ。④は4社体制移行時に役割と責任を明確化。例えばエネリアは顧客ニーズをくみ上げ、静ガスがそれを基にサービスを作る。CMなどプロモーションや営業施策の方向性は静ガスが決め、エネリアはそれに沿ったキャンペーン等を柔軟に立てる――といった具合だ。

サービスの質向上に関しても、静ガスのエリア営業従事者を出向させるなどノウハウを生かす。「お客さまから見たら『エネリア＝静岡ガス』であり、両者は一体。エリア営業の責任は全て静ガスが負う。子会社化で両者の距離が近く、結びつきが強くなった」と杉山部長は話す。エリア営業体制とふれあい巡回は継続し、「お客さまに満足をもたらす可能性が大きいリフォーム事業はエネリアと静岡ガスリビングの両者で引き続き注力していく」という。

一方でコロナに伴う生活様式の変化への対応も進める。「顧客接点はこれまでリアルが中心だったが、1～2年前からインスタグラムなどSNS（交流サイト）を模索し始め、これがコロナで一気に進んだ。リアル接点はふれあい巡回で延べ22万～23万回、ショールーム来場を含め年約28万回ある。ここにwebエネリアやSNSなどデジタル接点が加わる。リアルとデジタルの融合を図りたい」（杉山部長）。ラストワンマイルを担うエネリアの進化が問われる。

（次回は広島ガスライフです）

＜静岡ガス・エネリア体制＞

旧体制	4社体制（19年1月）	現3社体制（21年1月）	エリア件数
エネリア静岡東	エネリア静岡中央（静ガス100％出資）	エネリア静岡中央（100％）	約8万戸
エネリア静岡西			
エネリア静岡中央			
エネリア静岡北	エネリア静岡北（40％。60％は吉永伸弥社長）	エネリア静岡北（40％。60％は吉永社長）	約7.7万戸
エネリア清水北			
エネリア清水南			
エネリア富士	エネリア東部中央（90％、10％は塩澤豊社長）	エネリア東部（100％）	約11.4万戸
エネリア富士宮			
エネリア東部中央			
エネリア東部西			
エネリア東部東	エネリア東部東（40％。60％は平尾健太郎社長）		
エネリア東部北			

11月は6.1％増

全国ガス販売量

経産省

経済産業省ガス事業生産動態統計調査11月分によると、全国のガス小売事業者、一般ガス導管事業者、特定ガス導管事業者合計のガス販売量は32億59万立方メートルと前年同月比で6・1％増加した。

用途別では、家庭用が同8・0％増の7億4141万立方メートル。工業用は同8・0％増の20億830万立方メートル。商業用は同7・0％減の2億6546万立方メートル。その他用は同0・5％増の1億8541万立方メートルだった。

需要家件数は、メーター取付数が同0・8％増の3111万個、調定数は同0・6％増の2747万件。都市ガスの原材料はLNG輸入量が同15・7％減の202万1000トン、国内購入量は同15・5％増の37万3000トン。LPガスの受入量は同24・0％減の7万9000トンだった。

地方ガス　将来展望　40

エネルギー事業コンサルタント　角田憲司

SDGsと地方ガス（2）

地方ガス事業者におけるSDGsへの関わり方は、「一般企業」「エネルギー企業」「地域企業」という3つの側面に分けると考えやすい。

まず「一般企業」の側面では、業種・業態によらない一般企業として、SDGsの理念に合致した経営を志向することにより企業価値を向上させることがあげられる。日本経済新聞社はこれを「SDGs経営」と呼ぶが、筆者は地方ガス事業者のような中小企業では、SDGsの目標のうち人権・環境・労働・腐敗防止等の「企業が守るべき責任」に関わる部分に着目し、企業実態に即して改善していくことが重要と考える。つまり自社が「より良い企業になる」ことである。こうした個別企業ベースでの改善の積み上げが、日本のSDGs達成度ランキングを押し上げる原動力になる（ちなみに日本はジェンダー平等や気候変動、環境保全が弱点となり、昨年は17位にとどまっている）。

次に「エネルギー企業」の側面では、「SDGsを活用したエネルギー事業の深化」が求められる。前回述べたとおり、ここはSDGsとの親和性が高いのだが、化石燃料プレーヤーゆえ、世界が低炭素から脱炭素に向かうに従って親和性にも陰りが出てくることを自覚し、脱炭素社会での貢献を考えねばならない。

最後の「地域企業」の側面では、地域に立脚する企業として求められるSDGs活動を実践することが役割となる。ポイントは2つ。

一つ目は「SDGsを活用した地域課題解決型事業の創出」である。そもそもSDGsは企業に「本業におけるSDGs達成への貢献」を求めている。SDGsの達成に貢献する新たな取り組みを行い、イノベーションを創出させることである。この新たな取り組みを通じて新たなビジネスや利益創出をしても一向に構わないどころか、それが推奨されているのがSDGsの特徴でもある。地方ガス事業者のような地域密着性の高い企業は、SDGsをしっかり勉強し、経営の中に取り込み、自分が属する地域の課題解決に資する事業やビジネスを生み出すことが使命となる。こうした取り組みによる地域の持続可能性の維持・向上が自社の持続可能性につながる。

ただし、自社の努力だけでは地域の持続可能性は維持できない。そこで二つ目は、自治体をはじめ地域のステークホルダーとの連携によるSDGsの達成を通じた地方創生、いわゆる「地方創生SDGs」を推奨して自治体が進めるSDGsを支えつつ、地域の金融機関等とともに「現在だけでなく、未来につながるような事業者を育てる」発起人となることである。地方ガス事業者にはこうしたリーダーシップを発揮し、SDGsを共通言語にした地方創生を地域ぐるみで実践してもらいたい。

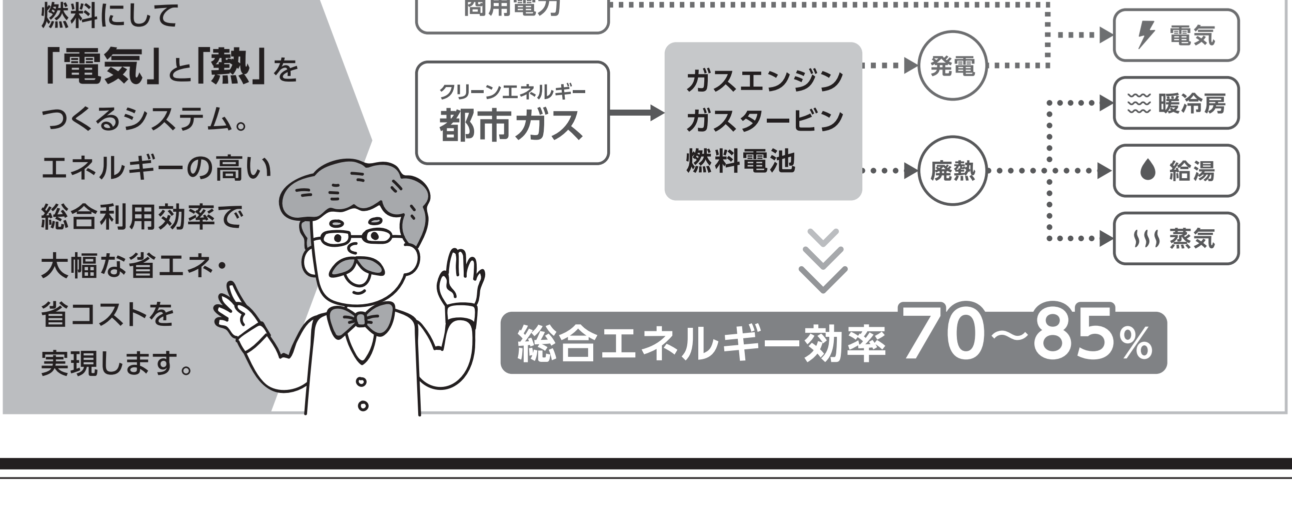
ガスコージェネレーションシステム

ガ、スマート！

一般社団法人日本ガス協会

https://www.gas.or.jp/

「ガスコージェネレーションシステム」は、環境にやさしい都市ガスを燃料として必要な場所で「電気」を作り、同時に発生する「廃熱」を冷房・暖房・給湯・蒸気に有効利用するシステムです。優れた省エネ性・環境性、災害時に対する強靭性により、スマートエネルギーネットワークの中核としても期待されています。


ガスコージェネレーションシステムの仕組み
商用電力
クリーンエネルギー 都市ガス
ガスエンジン
ガスタービン
燃料電池
発電
廃熱
電気
暖冷房
給湯
蒸気
総合エネルギー効率 70～85％

クリーンな**都市ガス**を燃料にして「**電気**」と「**熱**」をつくるシステム。エネルギーの高い総合利用効率で大幅な省エネ・省コストを実現します。

ガスコージェネレーションシステムの導入メリット　3つ!

1　省エネ・省コスト、環境保全を実現

発電時の廃熱を活用するので、高い総合エネルギー効率を実現。商用電力の使用が減りエネルギーコストを押さえることが可能です。またクリーンな都市ガスを燃料とするため、CO_2排出量を削減し、環境保全にも貢献します。

2　電力のピークカットに貢献

夏期など電力最大需要時に稼動させることによりピークを抑制し、節電や電力負荷平準化に貢献します。

3　再生エネルギーを補完し、災害時でも安心

太陽光・風力発電など、出力が不安定な再生可能エネルギーを補完し、出力安定に寄与します。また、停電対応型の導入により、非常時のBCP（事業継続計画）が可能となり電源セキュリティの向上が図れます。