サイトを新たな接点に

非対面型の営業手法模索

サーラエナジー

サーラエナジーは例年秋に東三河・浜松地区で計8日間にわたりガス展「サーラ大感謝祭」を開催している。しかし昨年は新型コロナウイルスの感染拡大を踏まえ、開催を中止とし、代わりにチラシや特設サイトを活用した1カ月半のガス機器等の販売キャンペーン「サーラ暮らしスマイルフェア」を実施した。費用は謝恩・集客イベントであるガス展に比べ大きく低減したが、期間中の売上高は4億300万円と前年のガス展の約1・5倍になった。この経験を基に今後、サイトを活用した情報発信や顧客ごとの予約相談による販売促進の展開など、「アフターコロナ」時代を見据えた新しい営業スタイルの確立を目指す。

松尾マネージャー（右）と若見氏

同社は例年、ショールームのサーラプラザ豊橋、浜松などを会場としてガス展を開催。毎年約4万人を集客している。しかし昨年秋は、開催は困難と判断。代替策として検針時に配布するチラシと特設サイトで特価商品や小規模セミナーなどを案内し、約20カ所の営業拠点に事前予約で来場してもらうか、担当者が顧客宅に訪問する販売キャンペーンを企画した。

力を入れたのが、特設サイトを顧客との新たな接点チャネルにする取り組みだ。同社は近年、営業担当者による家庭への訪問、ショールーム等への集客に加え、サイトを有効活用することで接点を増やし、顧客とのつながりを深める具体策を検討してきた。「コロナ禍により急きょ、対面営業を補う非対面型の接点が必要となる中、お客さまが動画などで商品情報を確認しながら購入を検討でき、来場・訪問予約も申し込める特設サイトを急ピッチで立ち上げた」とサーラエナジー暮らしのSALA推進部生活サービス企画グループの若見恵里氏は話す。

サイトでは特に予約機能を充実させた。郵便番号を入力して希望日時をクリックすると、営業時間外でも最寄りの営業拠点への来場や担当者による家庭への訪問を予約できるもので、常にサイトの目立つ場所に表示した。

キャンペーン中は特設サイトで同グループのクレジットカード「サーラカード」の会員向けにポイントを付与する特典や、特設サイトから予約を行うと景品をプレゼントする特典などを用意してアクセスを促した。

こうした取り組みの結果、期間中、約2万人が特設サイトにアクセス。サイト経由の顧客による売上高は全体の約3%となった。「試行錯誤を重ね、各営業拠点の活動をサポートする新しい顧客接点の一つが構築できた。今後、各種取り組みに生かせる可能性も感じている」と生活サービス企画グループの松尾淳マネージャーは手応えを話す。

愛知県東部エリアのみなさま
サーラ暮らしスマイルフェア
今だ!! あったか暖房機も!
新型ガスコンロも! 大人気「乾太くん」も!
暮らしをもっと"スマイル"に。
おトクな商品を
2020 10.1～11.15
sala
キャンペーンの特設サイト

若見氏は「特設サイトへの訪問者は30代半ばから40代半ばが最も多かったほか、60歳以上も予想より多いなど、各種データが収集できた。分析し、販売促進などに生かしたい」と説明する。

同社は特設サイトに先立ち、昨年7月には来店・訪問予約機能や営業エリアごとのキャンペーン情報を周知する機能を備えたサイト「サーラプラザ365」も開設している。今後、新たな接点チャネルとして活用していく方針だ。

会員サイトを一新

ポイントモール開設

大阪ガス

大阪ガスと大阪ガスマーケティングは、無料会員サイト「マイ大阪ガス」を刷新する。3月1日からポイント制度を一新、よりたまり、使いやすいように利便性を上げ、会員数の増加を目指す。

マイ大阪ガスは2009年7月にサービスを開始、会員数は今年1月末時点で150万件超。これまでは同社の顧客でなくてもコラムの閲覧などで「さすガっス！ポイント」がもらえ、抽選への応募などでポイントが使えた。新しい「マイ大阪ガスポイント」はポイント利用者を同社のガス・電気代を口座振替またはクレジットカードで支払う顧客に限定する。

他社のEC（電子商取引）サイトにリンクするポイントモールを開設し、買い物で他社サイト独自とダブルでポイントを付ける。ポイントは住ミカタ・サービスなど各種サービス利用でも付与。6種類の共通ポイントに交換できるようにする。3月8日から始める。

防災情報のお知らせサービスでは従来の停電情報に、ガス供給停止、台風、地震、非難情報を追加。取扱説明書確認機能の対象も自社製品から他社製品に広げる。ソーシャルログイン機能の連携先も5月から拡充する。

旧ポイントの使用期限となる28日までキャンペーンを行い、新ポイントへの乗り換えを促す。

ヤクルトにCN都市ガス

東京ガスが飲料業界に初供給

東京ガスは8日、ヤクルト本社と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を締結したと発表した。

ヤクルト本社中央研究所（東京都国立市）で使用する都市ガス全量をCN都市ガスに切り替える。

飲料業界では初。期間は4月から2026年3月末までの5年間で、年間供給量は80万立方㍍。これによって1万1500㌧の二酸化炭素（CO_2）の削減が期待できる。2日には玉川学園（東京都町田市）においてCN都市ガスを供給開始しており、今回の締結で7例目となる。

ヤクルト本社中央研究所は、食品や医薬品、化粧品などの素材開発と利用の研究を行っている。ガスコージェネレーションシステムなどの設備の導入状況は非公表。同社グループでは、コーポレートスローガンに「人も地球も健康に」を掲げており、環境対策の一環としてCN都市ガスの導入を実施した。

CN都市ガスの原料となるカーボンニュートラルLNG（CNL）は、天然ガスの採掘から燃焼に至るまでの全ての工程で発生するCO_2を、シェルが保有するCO_2クレジットで相殺したもの。今回の供給は、東京ガスが調達した約7万㌧のうち4～5%に相当する。

省エネ効果を見える化

最新データ加えて新版

東ガス都市研

東京ガス都市生活研究所は、省エネ行動の効果を、光熱費や二酸化炭素（CO_2）排出量等の削減分で見える化した「ウルトラ省エネブック」をリニューアルし、東京ガスのウェブサイトで公開している。コロナ禍により在宅時間が増え、光熱費も増加傾向にあるため、今回、2021年新版として内容を充実させ、最新データを加えた。光熱費の削減額やエネルギー削減量を示すことで動機付けし、温暖化防止のためにも省エネ行動を促す内容になっている。

手軽にできてしかもお得、毎日の行動でコツコツ省エネ、機器の設定でもっと省エネ、機器の買い替えでさらに省エネ—の4つのステップで省エネを提案する。

4人家族の1年間の行動を想定し、リビング編、バスルーム・トイレ編、キッチン編、ライフスタイル編の計65項目の省エネ行動による年間の光熱費削減額、エネルギーの削減量を記載している。すべての項目を実践した場合、年間で21万1323円の節約、3978・5㌔㌘のCO_2削減量になるという。

例えば、暖房の設定温度を下げる（22度から20度へ）と、年間（暖房期間5・5カ月）で、4167円節約でき、CO_2は76・6㌔㌘削減できるとしている。

また、電気式と比べガス温水式床暖房は、年間で1万4845円の節約、CO_2は453・6㌔㌘削減できる。

4社とも上方調整

3月の原調

都市ガス大手4社は1月28日、原料費調整制度に基づく2021年3月検針分のガス料金を発表した。20年10月～12月の平均原料価格による調整で、1立方㍍の単価（税込み）は2月分と比べて、東京ガス（東京地区等）は2・86円、東邦ガスと西部ガスが2・85円、大阪ガスが2・77円上がる。

標準家庭の月額料金（2021年３月）

	３月	２月	影響額
東京ガス	4403	4317	86
大阪ガス	5071	4985	86
東邦ガス	5522	5433	89
西部ガス	5462	5397	65

（注）月間使用量は東京ガス30㎥、大阪ガス31㎥、東邦ガス31㎥、西部ガス23㎥（熱量はいずれも45ＭＪ）単位円。税込み。東京ガスは東京地区等。

ガス直営の販売店経営

～自由化時代の4社～

③

真の一体感を醸成

3月1日に店舗名を統一

広島ガスライフ

広島ガスは3月1日から「ガスショップ」の名称を「ガスライフ」に変更し、新たなスタートを切る。直近10年間における販売店の再編の経緯を振り返るとともに、2018年6月に広島ガスの100%子会社として誕生した「広島ガスライフ」の久保賢司社長（広島ガス常務執行役員）に同社の目指す姿を聞いた。

広島ガスの「ガスショップ」とは、開閉栓、ガス機器・住設機器・生活関連用品等の販売および修理、ガス管工事等の設計・監督および請負施工など、広島ガスからの委託を受けて都市ガス関連の業務を行う店を指す。

2014年4月、広島ガスは、広島、呉、三原・尾道の3地区で、ガスショップを運営していた3社と、広島ガスプロパンのLPガス販社3社を地区ごとに合併。地域の7社が都市ガスとLPガスをワンストップで扱う体制としたのが、再編の第1弾だった。

一方、広島ガスは顧客接点の場となるショールーム「ガストピア」を着々と整備していった。旗艦ショールーム「ガストピアセンター」を合わせ、15年9月までに6地区にガストピアを整備した。

第2弾は18年6月。「広島ガスライフ」を設立し、同社が都市ガスとLPガスの両業務を行っていた7社の内、5社の「ガスショップ」事業を承継するとともに、ガストピアセンターを除く5つのショールームを一括して運用していくこととした。5社は存続し、LPガス販売を継続。残り2社は需要家数が少ないことなどから統合対象とせず、従来体制を残した。

そして第3弾となるのが今年3月1日。広島地区にあるガスショップ宇品、古江、タカノ橋、白島、高陽の5店を2月末で閉鎖し、ガストピアセンター建物内に「ガスライフ広島」を新設する。同地区の拠点を8拠点から五日市、祇園、安芸、今回の広島を加えた4拠点に集約。呉と尾道を含む全6拠点の名称を「ガスライフ」に変更し、6拠点それぞれがショールームを持つ体制とする。

リニューアルフェアはリアルとウェブで開催

ところで、18年に広島ガスライフを設立した狙いは、エネルギー間競争に向けた機能強化とサービスレベルの向上・均一化にあった。しかし、事業統合に際し、吸収分割方式で5社の労働条件を残した形で社員を引き継いだため、効率化・合理化は段階的に進めていく必要があり、効果が表れるまでには時間を要した。

久保社長は「労働条件の統一は3年をめどに労働組合とも協議を進めてきたが、今春完遂する予定だ。初の大規模な人事異動を実現し、ようやく真の一体感が醸成できる。今後は環境変化に応じた最適な組織・要員配置や新規採用なども本格的に進めていきたい」と胸を張る。営業・工事・サポート体制など業務系の統一については、ワーキンググループで課題や在り方の整理を終えた段階。今後順次実行に移していく。

ガスライフへの店舗名称一新を記念し、1月25日から2月6日までは「あなたのガスライフリニューアルフェア2021」を住設機器メーカーのショールームを含め17会場で開催した。完全予約制で機器を展示したほか、WEBモールでも店舗と同じ特別価格で販売したところ、約2週間で2100万円強を成約した（速報値）。「21年3月期はコロナ禍に伴い、営業自粛や春と夏のショップガス展を中止した影響などで9月末時点では前期比1割の減収だったが、年度末に向けてラストスパートをかけたい」という。

同社の売上構成比に占める広島ガスの業務委託は15%程度。今後、グループの30年ビジョン達成に向け、既築営業の要として成長していくには自社で稼ぐ力をつけるしかない。「水回りを中心としたリフォーム事業を強化する。前期約35億円の売上高を40億円超のレベルに引き上げるのが当面の目標」と久保社長は気を引き締める。

（第4回は、サーラエナジーを3月1日に掲載します）

地方ガス　将来展望　41

エネルギー事業コンサルタント　角田憲司

地方ガスの在り方

1月28日の「第5回2050年に向けたガス事業の在り方研究会」では地方ガス事業者の在り方もテーマとなった。「50年、脱炭素化の推進やレジリエンスの維持向上、人口減少・少子高齢化が進む地方圏での社会課題解決等に対して、地方ガス事業者にどのような役割を期待するか」「リソースが限られた地方ガス事業者が期待される役割を果たすため、どのような取り組みを行うべきか」「それに向けて大手ガス事業者、日本ガス協会、国、地方自治体はどのような取り組みを行うべきか」という論点の下、日本ガス協会や地方ガス事業者から先進事例のプレゼンがされた。さらには事務局（経済産業省）からは本年1月に行われた「都市ガス事業者向けアンケート」の結果も紹介された。

結果は、（当然といえば当然だが）事業の多角化にせよ、デジタル化やコージェネ、スマエネの推進にせよ、諸々のリソースに限りがある地方ガス事業者の実態を素直に反映したものだった。また設問には「事業者間の連携（ガス事業者間の連携・他業種事業者との連携）」もあったが、これは期待される役割と現実とのギャップを埋める手段として、事業者間連携という余地があることを暗に示す意図もあったのかもしれない。

いずれにせよ、50年においても地方ガス事業者が期待される役割を果たすためには、とにもかくにも生き残っていなければならない。在り方研では「生き残る」などという乱暴な言い回しはされていないが、実際、地方ガス関係者はそのくらいの危機感は持っているし、持つべきである。とりわけ日本もカーボン・ニュートラルを目指すと宣言したことで、多くの産業・企業が生き残りを懸けた大転換が必要となったことからすると、市場が縮減する中での化石燃料プレーヤーたる地方ガス事業者としては持ってしかるべき認識であり、「正しい怖れ方」である。

50年にすべての地方ガス企業が生き残っているかどうかは分からないが、それは自動車産業のバリューチェーンにおけるすべての企業が生き残っているかどうかは分からないのと同じである。しかし、幸か不幸か、われわれを取り巻く環境や解決すべき課題は今でもよく見えている。低炭素化という捉え方で「フワフワ」していた温暖化対策も、「2050年脱炭素化」という裾切りをしたことでクリアになった。

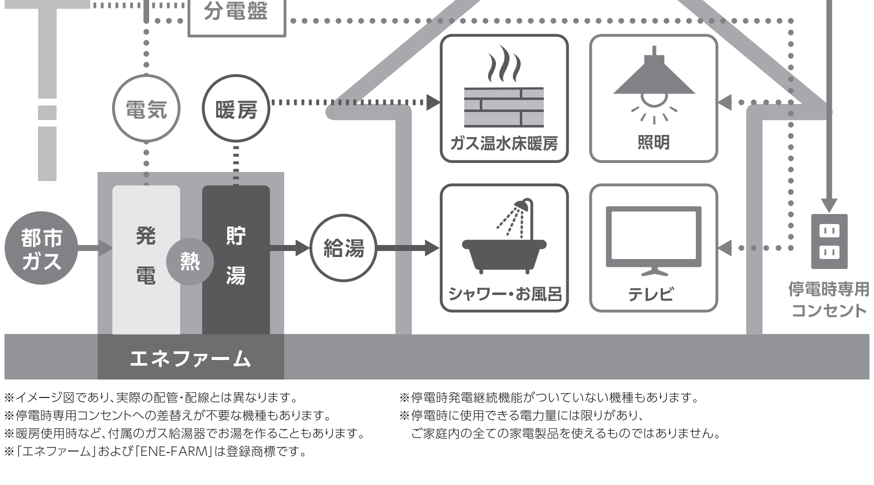
また同じ都市ガス事業者でも大きなリソース格差があることは前から分かっており、今さら嘆いても仕方がない。むしろ「リソースギャップの存在は改善余地の存在でもある」と前向きに捉え、明白になった内外の経営課題に対し、知恵と果敢な行動をもってどう対峙していくか。（苦しいけれど）経営の妙味といえるのではなかろうか。

ENE·FARM
エネファーム

一般社団法人日本ガス協会
https://www.gas.or.jp/

エネファームは自宅で発電、だから安心。

エネファームが発電中に停電した時は、発電が継続するので停電時専用コンセントで一部の家電製品が使用できます。また、お湯も使えます。



※イメージ図であり、実際の配管・配線とは異なります。
※停電時専用コンセントへの差替えが不要な機種もあります。
※暖房使用時など、付属のガス給湯器でお湯を作ることもあります。
※「エネファーム」および「ENE-FARM」は登録商標です。
※停電時発電継続機能がついていない機種もあります。
※停電時に使用できる電力量には限りがあり、
ご家庭内の全ての家電製品を使えるものではありません。

もしもの時も
電気とお湯が
使えます。

エネファームを使うとこんないいことが!
おさえておきたい4つのポイント!

1 高いエネルギー効率で環境にやさしい!
自宅で電気をつくり、発電時の熱で同時にお湯もつくる。ロスが少なく家庭の省エネに貢献し、環境性にも優れています。

2 電気の購入量が減らせ、光熱費を削減!
エネファームでつくった電気を使うので、電力会社からの購入電力を削減。家計にもやさしいシステムです。

3 停電時に使えるタイプも!
万が一の停電時にも、照明やテレビの使用、携帯電話の充電等ができ、また、お湯も使うことができます。

4 バリエーションが充実!
戸建てはもちろん、マンションなど集合住宅に対応したタイプなどバリエーションが充実しています。
戸建て　マンション