

安定供給と保安の確保＝経年管対策の計画的な推進および導管の健全性の維持および供給施設の適切な維持・管理による安定供給と保安の確保。経年・老朽化している製造設備の更新・整備を推進し設備の適切な管理による安定供給と保安の確保、ガス漏れ警報器と業務用CO警報器の普及促進、経年埋設内管の取り換え促進、定期保安検査、ガス漏洩対応と不良排気設備の改善および経年機器の取り換え促進。

顧客数と販売量の増加＝人口減少、高齢化が急速に進行しているが、販売量の増加に向けて、情報収集を徹底し、需要開拓を行う。家庭用途対策＝サブユーザー営業の促進、宅地開発事業での情報収集活動、経年管路線での需要開発活動、セールの通年開催、料理教室の有効活用。

業務用途対策＝顧客に対して、天然ガスの環境性、経済性、利便性等の情報発信を行い経済合理効果と国の補助金活用を提案し、燃料転換を勧める。大口契約並びにボイラー契約先への営業促進、新規物件の獲得および既設の業務用、産業用物件の獲得。

今後の政府並びに業界の動きを注視している。電化に伴う需要家の減少に加え、施設入居等による顧客の減少が止まらない。そこで今年度は、新料金プラン(都市ガス普及特別割引)3種の新料金メニューを設け、新規獲得と既存の顧客の給湯器の燃料転換を主に基礎力のアップを目的に展開していく計画。まずは、現状を維持し、次に増加を図っていく。そしてそれを維持できる体制を確保していく体制作りの初年度と位置付けている。

昨今のガス販売量の状況は、他燃料への切り替えや人口の減少といった要因により、年々減少する傾向にあるが、保安を基盤として、あらゆる業務機会においてガス販売量の増加に向けて取り組んでいく。

コロナ禍で、営業を自粛せざるを得ない状況で、昨年の展示会は開催できず、カタログ販売での営業で、高額商品の十分な説明ができなかった(営業を縮小せざるを得なかった)。特にショールームを持たない当社にとって、リフォームの需要がかなり減った痛手は大きかった。今年は脱炭素社会の実現に貢献できるエネファームのリプレイス対象案件が増える需要家をターゲットに販売の促進と災害時に頼りになるレジリエンス性能をアピールして顧客の生活をサポート可能にする商品として販売を訴求したい。

GHPの空調分野と工業用ボイラーの燃焼促進を図る情報収集と営業開発を充実させる。家事ラク商品の訴求(乾太くん・食器乾燥機)と臭ごみ需要のいやし商品(マイクロバブルバスユニット・浴乾温水暖房)等を提案してパーマータアップの促進を図りたい。

供給開始から12年が経過し、供給区域内の建物のメンテナンス需要等が増加してきている状況の中、顧客の全ての困りごとに対応する体制作りを継続して行っている。顧客との接点機会を増やし、他燃料からの切り替えや当社が推奨する衛生商品や各種サービスなどの販売につながるよう注力している。

21年度目標は、顧客への快適な住環境の提供とトータルソリューション提

案による地域産業支援を通じて、石巻圏域の文化創造に貢献する。健康、笑顔、無事故、無災害の継続。やる気の出る人事評価制度の実践。生産性向上への本格的な取り組み。新規顧客獲得、都市ガス販売量の目標達成。

電力だけでなく他燃料との競合は激化する一方であるが、ポイント還元サービスやガス事業以外の多角化を推進し進め顧客の離脱防止を図る。

2050カーボンニュートラル、脱炭素社会の実現に向けて大変重要な局面を迎えているが、当面は、低炭素化に貢献する天然ガスの利用拡大を着実に進め、地域活性化に貢献したいと思う。

脱炭素化社会への対応＝当社として、天然ガスの提供による環境への貢献。引き続き、高効率燃焼機器の販売促進や重油から燃料転換による天然ガスの普及拡大に、全力で取り組んでいく。

若松ガスの責務として、社会がどのようなに変容しようとも、エネルギーの安定供給・安全確保により社会活動・市民生活を支えることは変わることなく、不変である。今年もコロナ予防対策を徹底し安定供給責務を果たしていくが、ただ守りの1年にするつもりはない。

当社が今後何十年にもわたって確固とした経営基盤でエネルギー事業と安定供給責務を継続するには、中長期経営ビジョンを中期経営戦略の実現に向けた大胆な一歩を踏み出すことが必要であり、今年を離れる100年企業を目指すスタートの年と位置付け、ガス事業の規模拡大による事業基盤強化、そして将来に向けての新規事業の開拓に躊躇(ちゅうちゅう)なく前進していく。

また、新たなことへの挑戦を会社として支援することを目的に「社内ベンチャー制度」をスタートさせる。新規事業に関するアイデアを広く社員から募集し、起業意識を高め、数々の小さな芽から将来、豊かな実りをもたらす大木を育てていこうと考えていく。

今年度は新ブランド「eneyou2」2年目であり、ブランドスローガンである「もった、あなたのエネルギーに」を社員一人一人が真剣に考え、体現していく。

コロナ禍においては、飲食店等への売り上げが減少してしまつたのはいした方ないと考えられる。その分、在宅時間が増えることを考えると、家庭用の需要を取り込むことが必要である。レジラー等の自粛により家庭の支出が浮いたお金を「乾太くん」や「マイクロバブル」等、ガス機器に向けてもらい、家庭用の数量拡大を図ることが本年取り組むべき課題。

これまでは当社がガスを使用している顧客を顧客と定義していたが、自社ガス・他社ガス・オール電化問わず、地域に居住する人を顧客と定義し、エネルギー関連器材や生活関連器材など顧客のお困りごとやご要望に何でも対応することに注力する。

都市ガス供給の最適化にむけて、本支管計画の再策定やオペレーティング、供給設備の見直しを昨年より行っており、経年管対策も含めて大幅に改定する事を継続していく。それに合わせて、業務軽減に向けたDXへの取り組みについて情報収集を行い、今後の需要拡大に対応していく。また、カーボンニュートラル(CN)化に向けて卸元との情報交換

や、自社でできる活動の検討を進めていきたい。

越後天然ガス 事業の根幹となる安定供給、保安の確保はもとより、「サステナブルビジョン(2050年の当社のあるべき姿)」を掲げ、将来にわたり当社を取り巻く環境や地域社会の課題に対し、地元のステークホルダーと協力しながら、地域のエネルギー事業者として、地域に愛され、顧客から信頼され、選ばれる企業を目指す。

具体的な取り組みは下記の通り＝導管延伸を踏まえた顧客件数の増加。供給の安全・安定化の推進。経年管の取り換え促進、低圧主要導管の複線化。地震に強い導管への入替促進(ネジ配管のPE化)。保安レベルの向上。保安教育の強化による保安人材の育成。業務用における他燃料機器からの転換によるCO2排出低減への訴求。新築ガス化率向上のため、サブユーザーへの営業強化。

都市ガスの環境優位性、利便性、快適性、低価格性を正しく知ってもらい、ファンになってもらう。ガス需要獲得のため経年給湯器や他燃料給湯器の顧客等、給湯需要を中心にエンドユーザーへの営業強化。導管未整備地区への供給区域拡大、新築ガス化率アップのため、サブユーザーとデベロッパーとの関係強化を目的とした営業活動。顧客へ都市ガスを正しく理解し、選んでもらえるように2つのショールームを活用した集客活動。出張授業と地域ウェブマガジンの拡充。こども食堂などの地域と連携した活動の拡充。秋葉区公共施設へのCO2排出係数を50%削減した電力の供給。

「サステナブルビジョン(2050年の当社のあるべき姿)」の実現に向けた活動の拡充。営業戦略・PR方法としてのウェブ化、オンライン化への取り組み。動き、給与管理のペーパーレス化(データ管理)。

顧客との良好な信頼関係を築いていくための創意工夫を構える。ICT活用による業務効率化を推進し基盤強化を図る。また、効率化により顧客との接点機会を増やし、顧客が喜ぶ新しいサービスは何かを考え実践していく。さらなる安定供給のため経年本支管をポリエチレン(PE)管等へ入れ替えることにより耐震性向上を図る。

オール電化住宅への移行をはじめ、他エネルギーとの競合は激化の一途をたどっているが、引き続き天然ガスが他エネルギーに比べて環境面や経済面において優れているエネルギーであることをアピールし、より一層の需要拡大を図るとともに、顧客のニーズに対応できる体制を強化し、サービスの向上を図る。また、安全・安心で安定した都市ガスの供給が求められているため、震災等の災害に強い供給施設の整備を計画的に実施していく。

経年管(老朽管)更新も20年度末をもってほぼ完了し、残存予定の経年管については定期的に構われる導管漏れい検査により保安を確保しつつ、適切な時期の更新を検討することとする。

また、中越大地震など度重なる地震の影響もあるため、敷設経過年数に関わらず導管漏れい調査など維持管理を行う中で、安心安全な供給を担保するべく適切な対策を講じていくことが必要不可欠である。

都市ガスの販売量促進、脱炭素化社会対応に向け、潜在需要が見込まれる業務用中規模需要家を獲得できるよう、都市ガスへの熱源変更を含む省エネルギー提案など積極的な営業活動を行

る。料金割引制度のPRをはじめ、エネファーム等の機器設置補助成などを引き続き実施し家庭用ガス販売量の維持を図る。

当社の21年度事業計画の注力ポイントとしては、21年11月での完了を予定している新潟南地区のガス種変更と新潟南地区および燕地区のカロリアップ(熱量変更作業)を最優先課題と位置付け、全社を挙げて無事故で完遂するように取り組む。

地域に密着したサービスの向上。経年埋設内管の取り換え促進。

今年度も昨年同様、コロナ禍においての「顧客訪問は極力控える」方針は変わらず実施していく予定だが、顧客からのコールで訪問する場合は、通常通りの対応となる。毎年恒例のガス展を、購入機会として捉えている顧客が一定数いるので、規模を縮小して開催する予定。また当社のガスを使用している飲食店またはテイクアウト等の食品を販売するお店とコラボし、店頭ミニガス展ポスターを掲示してもらい、内容は当社ショールームの商品展示状況を掲載した。また、参加した店舗限定で使用できるクーポンを全需要家へ配布した。今年度も実施し、緊急時即座に対応できるように、ガス機器の在庫を確保し、必要に応じて迅速に届ける体制を整備するとともに、顧客への提案活動を行う。

電力、都市ガス事業において他社との差別化を図るため、保安を最優先とした体制としている。その他ガス料金以外のセットプランを充実させている。脱炭素社会への対応として、高効率給湯器や、高機能コンロの買い替え促進をメインとしたイベントを開催している。DXの取り組みとしてはグループ全体として見直し、発注を通じてデジタル化している他、検針においても専用機器設置により、無人化としている。今後さらに携帯電話での配信サービス等がより一層充実し、期待できる。

一般家庭向けの「安定供給・保安の確保」に重点を置き、経年本支管すべての取り換えが昨年度完了したことから、さらに今年度は、供給管の入れ替えを積極的に進めることにより脱炭素社会へ貢献し、より良いサービスの提供に力を入れる。また、感染対策を前向きに捉え、非接触型イベントの企画・実施により、デジタルマーケティングを通して顧客と新たな接点の構築・強化を図り、環境性や快適性に優れた天然ガスの良さをアピールし、需要拡大を図る。

佐野市の人口減少、少子高齢化等地方ガス会社の抱える問題が多く、街中心部の空洞化に伴う供給世帯数の自然減に歯止めが利かない状況となっている。しかし地方ガス会社であるという強みを生かし、「すぐに対応し、駆けつけてくれる」地域から選ばれ続けるガス会社を目標に、地道な営業活動を継続的に展開し、小口顧客の増加、パーマータアップに努める。

CO2排出量が少ない天然ガスへの燃料転換と効率の良いガス器具への交換を積極的に推進する。今後、カーボンニュートラル(CN)ガスを選択、使用していただける環境を整備するとともに、顧客への提案活動を行う。

現在、複数の卸事業者から受け入れを実施しているが、さらなる供給の安定性、災害時のバックアップを構築するため、災害4受け入れラインを構築。これにより、太田市全域への都市ガス供給が

可能となり、需要家への天然ガスニーズに対応すべく計画を遂行する。電力販売についても低圧並びに高圧需要家における積極的な提案を今後も実施する。

エネルギー業界の革新の昨今、当社は地域密着の都市ガス事業者として、長年培った地域のネットワーク、顧客との「絆」と「信頼関係」を大切にするとともに、都市ガス会社の使命でもある「安定供給」と「保安確保」に努めてきた。

今年度の普及拡大においては工業用等の大口需要家や一般新規需要家だけでなく、エリア内の既存のガス導管近辺に住む他のエネルギーを使用している世帯に向けて、都市ガス切り替えを勧める直営営業を強化し、切り替え後のサービスプラン等を用意するなどして需要家の新規開発を図っていく。

また、保安の確保においても顧客に安全かつ安心して使用してもらうため経年本支管や経年内管の入替工事を実施し、不完全燃焼防止装置のない経年ガス機器の買い替え促進も、コロナウイルス感染拡大防止策を最大限に講じながら実施していく予定である。

脱炭素化社会への実現に向け、顧客の要求にタイムリーに応えるため検討・準備を進めていきたい。

需要家の少子高齢化、機器の省エネルギー性能向上により、家庭用需要家の使用量が減少傾向にある。そのため、需要の掘り起こしとして、暖房料金メニューのPRを強化し暖房需要の増加に努めていく。年間を通して機器販売キャンペーンを行い、衣類乾燥機や床暖房・浴暖等の販売に力を入れパーマータアップにつなげていく。併せてガスとの親和性のあるリフォーム事業の拡大を図っていく。

新築需要については、他燃料との競合が激しい。戸建てでは、根強い電化需要があり、ガスの良さを知ってもらうため、ハウスメーカー、地場の設計事務所、工務店等の情報提供を密に行っていく。さらに新築割引・子育て割引等の料金メニューを積極的にPRするとともにエネファーム・床暖房等の採用を提案する。既築向けでは、ガスと電気のセット販売により、顧客の囲い込みをしてガスの脱着を阻止している。

電力販売に注力し、ガスと電気のセット販売により顧客の獲得に努める。地方創生SDGsの取り組みも積極的に進めることにより脱炭素社会へ貢献し、より良いサービスの提供に力を入れる。また、感染対策を前向きに捉え、非接触型イベントの企画・実施により、デジタルマーケティングを通して顧客と新たな接点の構築・強化を図り、環境性や快適性に優れた天然ガスの良さをアピールし、需要拡大を図る。

その他、安全性の高い機器への取り換えを促進し、顧客との信頼のさらなる構築を目的とした取り組みやさまざまなサービスの提供など、地域に密着した事業活動を実施することにより地域で選ばれる会社を目指すべく社内改革に取り組む、地域発展に貢献する。

他ガス事業者からのスイッチ攻勢に対するさらなる防衛力強化。新規需要開発。基礎設備ほか。

家庭用の顧客については、新築物件における衣類乾燥機等のガス機器設置キャンペーンや、切り替えの顧客向けにガス料金割引の提案等を通じ、都市ガスのさらなる普及促進を図る。既存の顧客については、富士見・志木・朝霞・川口の4拠点にあるショールーム「アチラム」と連携し、料理教室等のイベントを

通して、当社がガスや電気を引き続き利用してもらえようPR活動を行う。また、「選択約款」や「割引プラス」といったお得なガス料金メニューへの加入促進を引き続き行い、顧客サービスの向上に取り組む。

ガス機器等の展示会については、感染症対策の観点から、ウェブを活用して春と秋に開催予定。産業用・業務用の顧客については、コージェネや空調機器など環境性・経済性に優れた機器の設置促進のほか、補助金を活用した販売提案や、業務用厨房機器の販売を強化し、販売量の拡大を目指す。また、エネルギーサービスの提案を通じて顧客満足度の向上を図る。

保安の取り組みについては、災害対策として、低圧ブロックの細分化や本支管耐震化率の向上を計画的に実施していく。また、保安の維持向上のため、灯外内管が白ガス管などの入れ替え対象となる顧客に対し、積極的な周知と入れ替え提案を行う。さらに、安全型消費機器への取り換えや都市ガス警報器の設置促進も引き続き行っていく。

緊急保安体制レベルの向上のため、保安技能研修を引き続き実施し、社員の保安技術や知識の向上を図る。18年4月から開始した「JumpUp 2030」へさらなる飛躍を目指して～大東ガス経営計画2030が4年目に突入し、今までの取り組みを継続しつつ、これからのガス業界のみならず社会全体の動きにも速やかに対応していく。また、国際的な目標であるSDGsについても、埼玉県版SDGsパートナーへの登録を行い、具体的な取り組み目標を設定する等、行政とも連携して地域社会への貢献や企業価値の向上に努めていく。

最も身近なホーム・エネルギーパートナーとして、生活関連商品の積極的な提案によるガスと電気の家庭内エネルギーの普及とエネルギーコストの削減を図る。

業務効率の観点から、ペーパーレス化、情報のデータ化、業務のオンライン化により、コスト削減、情報共有の効率化を促進する。

地震や台風、集中豪雨などの自然災害に対し、より一層の保安の確保が求められる。経年管対策による耐震化率の向上、保安体制の確立をすることにより、顧客への安定供給を目指す。

新規営業ではハウスメーカーや地元工務店へアプローチを行っているが、未だに新築の電化率が高い傾向にある。都市ガスのPR活動を粘り強く行い、新規需要家の獲得を目指す。

20年度～23年度の中期計画の重要方針＝成長していく会社になる。技術基盤の確立と業務のIT化に注力する。自由闊達でチャレンジする組織風土になる。

ガス事業の基本である安定供給・保安の確保に加えて、少子高齢化による人口減少やエネルギー市場の自由化による競争の激化を見据え、より強固で効率的な経営基盤の構築を目指し徹底した経営の効率化を推進するとともに、顧客サービスを強化し、新規需要の開拓、ガス販売量の増加を図る。

本市は太平洋に面しており、東日本大震災以降地震対策だけでなく、津波への対応も強化する必要がある。保安体制のさらなる強化を図りながら、安定供給に傾注し、事業を進める。

YAZAKIのガス機器ラインナップ。安心・安全を見守る YAZAKIのガス機器ラインナップ。次世代超音波式ガスメーター、電池式都市ガス警報器、業務用換気警報器。安全・快適・しかもエコ。これが次世代のガス環境。