ガス／営業

北からガス展始まる

ウェブ、紙上、リアル混在

帯広、釧路 旭川ガス

今年もガス機器の最大の商戦、ガス展が北からスタートした。北海道では雪が降り出す前に販売したガス・住設機器の設置工事を終わらせようと、早い事業者は6月から始める。7月1日からスタートした帯広ガスと釧路ガスに加え、ショールームオープンを記念して17日からセールを開催中の旭川ガス江別支社の取り組みを紹介する。

動画で操作ガイド

帯広ガスは8月17日までの1カ月半、「くらしの器具展」を開催中だ。昨年は代替のセールを行ったが、今年は自宅にいながらいつでも機器注文ができるウェブショップを開設。検針時配布の小冊子「ほっと一息」でも販売する機器を紹介した。17、18日には実機を見たい顧客向けにショールームで「特別機器展示会」を行い、2日間で約40組80人が来場。来場者の密と電話での問い合わせを抑えつつ、ネット世代の誘引を目指した。

同社のウェブサイトは、トップ画面から機種をクリックすると、希望商品をカートに入れるまでの操作方法を紹介した音楽付きの動画が始まる。ネットで買い物をしたことのない人も戸惑わないようにという配慮だ。テーブルコンロは商品窓口受け取りで2000円引き、ビルトインコンロは購入金額により下取り価格が3種類など、個別に異なる割引をサイトに反映できなかったため、注文後に同社から電話を入れる仕組みとしたが、3万円以上の商品購入で2000円引きのクーポンコードを用意するなどネット購買を促す。ガス料金の銀行口座からの自動振替利用者は購入機器代金の同時引き落としもできる。

旭川ガス江別支社はショールームオープンセールを開催

LINE抽選販売

釧路ガスは昨年と同様、7月の1カ月間、「おうちでガス展紙上セール」を開催している。昨年の反省を踏まえ今年は接点機会を増やそうと、リフォームや燃料転換の相談会を実施。ウェブ予約でお米券2000円を贈るなど密回避へ知恵を絞る。「イオンモール釧路昭和」に7月末まで2カ月間限定で開設中の特設ショールームでは、機器や電気のPRに加え、アンケート回収にも注力している。

紙上セールでは、LINE公式アカウントを利用し、特価機器を当選者へ販売する抽選販売に初挑戦。友だち登録後、注文商品番号を送ると当選結果を知らせる。15日まで受け付けたところ、ビルトインコンロ「デリシア」3台、乾太くん5台、タッチレス水栓5台の限定13台に対し、46台の応募があった。今後、落選者フォローを行っていく。また、対象商品を購入すると市内15店舗で使える5000円分の食事券を先着200人に贈る。昨年好評だったため予算を倍増した。

目標に対する進ちょくは順調だ。「北海道電力の料金の高さを背景に電化からの切り替え相談が多い。オール電化の全盛期から10～15年が経ち、設備を更新するタイミングを迎えている」という。

ショールームPR

旭川ガス江別支社は17日から8月22日まで、新社屋に併設するショールームのグランドオープンセールを開催中だ。例年この時期に行うガス展に代えて行う。高級ビルトインコンロやレンジフードなど4機種を台数限定の特価で提供。9日から検針時にチラシを配布し、2009年の天然ガス転換時のコンロ購入者約2000件にDMも送付したところ、期間前から多くの問い合わせが寄せられた。

17、18日と8月21、22日は週末公開日として入場組数を5組に制限してショールームを開放する。初日の17日はオープン2時間前から列ができ、77組120人が来場。2日間で電話注文を合わせ、コンロ80台、レンジフード19台、バスやキッチン、トイレなど住設機器計13台、計1153万円を成約し、好調なスタートを切った。

新社屋は今年4月、これまでの旧社屋と同じ敷地内の駐車場スペースに新設した。2階建てで延べ床面積1082平方㍍。1階にはコンビニのローソンとショールーム、2階に事務所と小規模な料理教室ができる部屋を備える。「コンビニを入れたのは多くの方にショールームに気楽に立ち寄ってほしいという思いから。コロナで料理教室もまだ始められていないが、セールを機に認知度を高めていきたい」としている。

電気20万件でキャンペーン

北ガス

北海道ガスは12日に創立110周年を迎えた。また6月末で電気の契約件数が20万1944件と2021年3月期目標の20万件を突破した。感謝を込めて26日から9月末まで会員制ウェブサイト「TagTag」（タグタグ）の会員向けにポイントキャンペーンを行う。ポイントの利用促進と現在約7万5000件の会員数増を目指す。

キャンペーンでは最大2倍にポイント還元率を引き上げる。地域企業とコラボした限定交換商品や100ポイントから交換できる商品も用意する。

ポイントは電気の利用者に年間500ポイント付与。タグタグ未登録でも10ポイントから使えるが、会員ページから商品交換するのが最も手軽だ。会員になると個別の省エネアドバイスやガス・電気の使用量や料金照会、省エネ・地域情報など暮らしに役立つ情報も見られる。

ショールーム大改装

テナント新設、電化商材も

鳥取ガス

鳥取ガスのショールーム「エネトピアプラザ」（鳥取市）が、1日にリニューアルオープンした。ショールームの一部を人気店に貸し出し集客力の向上を図ったほか、使い勝手の良いキッチンスタジオを設けた。さらにリフォームとオール電化関連商材の展示を強化した。エネトピアプラザは2007年に「サルーテ」の名称でオープンし、今回が初めての本格的なリニューアルとなる。

2階建ての建物の主に1階部分を改装した。敷地の一部には既にドラッグストアチェーンのウェルネスが出店しており、ショールームのPRや集客にもつながっていたことから、今回、ショールームの一部をテナントスペースに切り替え、集客力の一層の向上につなげることにした。

エネトピアプラザの外観

ショールームに移築していた築100年の古民家を解体し、テナントスペースを設けた。出店先を探していたスイーツ専門店「シャトレーゼ」の入店が決まった。

ショールームの展示スペースは店内をくまなく見てもらえるように動線を工夫した。中央の最も目立つ場所にはガラス張りのキッチンスタジオを設置。システムキッチン1台とガスオーブンを設置し、定員8人程度の料理教室が開けるようにした。ハウスメーカーや工務店が自社の研修会や顧客を招く場所としても活用できる。リビング営業グループ勝原春彦部長は「このキッチンを積極的に活用し、顧客の興味をかき立てる活気あるショールームを目指したい」と話す。

リフォームの提案に力を入れるため、キッチンや浴室、洗面所、トイレなどの展示スペースには地元・鳥取県産の木材「智頭（ちづ）杉」を用いて温かみのある住空間を再現した。実演できるガス機器も充実させ、システムキッチンや衣類乾燥機のほか、マイクロバブルバスの体感ユニットバスも設けた。

オール電化商材の専用コーナーも設け、IH調理器を3台展示した。同社は2020年12月からIHとエコキュートの販売、設置工事、メンテナンス業務を開始している。ショールームでも、電気とガスの両方を扱う総合エネルギー企業として商品やサービスを訴求していく。

新しくなったショールームを活用した事前予約制のキャンペーンを現在開催中だ。勝原部長は「電化商材も加わり、まずはスタッフのレベルアップを図り、軌道に乗せていきたい。エネルギー間の競争や人口減少がある中でも、お客さまにはエネトピアを選んでいただき、何でも相談してもらえる身近な存在になれるよう頑張りたい」と意気込む。

事業継続計画の鉄則 BCP【中】

ニュートン・コンサルティング
花井香奈子

危機対応力は日常の訓練から

BCPは人命保護を実行するための緊急時対応計画と、対策本部を立ち上げ全社の対応方針を決定する危機管理計画、主要事業を継続・復旧するための事業継続計画の3つの行動計画に大別できる。

緊急時対応計画と危機管理計画では、危機の種類（原因事象）を考慮し、事業継続計画では危機の種類を問わずリソースベース（結果事象）で考えることが重要だ。また、BCPの策定後は、危機事象の種類や被災想定を都度変えたシナリオの下で訓練を繰り返し、計画を見直し、経験値を高めて対応力を上げていきたい。平時から最悪の状況を想像し、考え続けることも、この訓練にあたる。

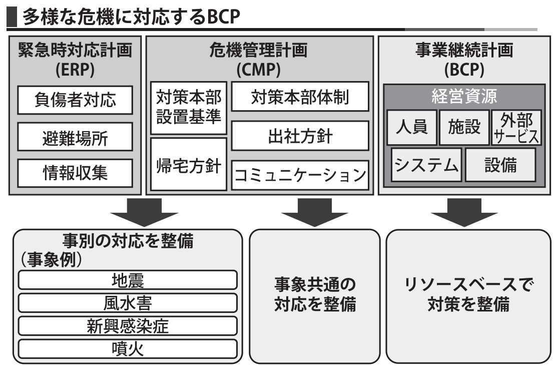
緊急時対応計画と危機管理計画では、事象で共通することと、異なることを整理し、まずは安否確認方法、対策本部の体制や役割等、事象に関係なく必要となる共通項目を決めていく。その他、事象別で異なる対応はチェックリストを作成する。チェックリストであれば、事象の種類が増えても改訂しやすい。

事業が停止するのは、工場や従業員などのリソースが被害を受けて稼働できなくなるためだが、これは事象の種類に関係なく起こる。近年、注目されているオールハザードBCPとは、このリソースが使えなくなるという事象共通の結果に着目し、リソースごとに対策を検討することで、事象に関係なく災害に対応できるようにするという考え方だ。

例えば、台風であってもコロナであっても従業員が出社できないという結果は変わらず、それに対する対策（例えば、在宅勤務や他拠点の従業員による代替）も変わらない。つまり、台風用、感染症用といった事象別にBCPを作り続ける必要はない。

オールハザードBCPは、さまざまな事象で利用できるが、どんな被害にも対応できる計画というわけではない。われわれは被害をあらかじめ予想できない。

そのためBCP策定後はさまざまな事象や被害を想定し、訓練を重ねることが重要になる。訓練で有事を再現し、次々と明らかになる状況に対して、モグラたたきのように一つ一つ対応していく経験を積むことで瞬発力と応用力を養っていくのだ。



多様な危機に対応するBCP

ニュートン・コンサルティング作成

コロナ禍のBCP

当社がBCP策定を支援した某企業では、年1回、災害をシミュレーションしながら従業員とBCPを振り返る機会を持っている。例年地震を想定して行っていたが、昨年は台風を想定して検討したところ、事象共通の考え方がベースにあったため、ハザードマップの確認や浸水予防策など、事象特有の対応を中心に検討できたという。今年は感染症をベースに検討し、対策の充実を図るようだ。

BCPをまだ策定していない企業も、昨年来実施してきたコロナ対応策があれば、それをベースにできる。目の前の対応に追われた昨年と違い、今なら対応事項の振り返りができる。例えば、誰が出社率を下げるためにリモート対応の導入を決めたのかは、対策本部の体制構築に関係する。従業員の毎日の検温報告、感染者発生時の報告は、安否確認にあたる。コロナ対応で決めたルールや体制を整理するだけでもBCPの骨格は整う。

BCPとは、永遠に増改築を行う建物のようだ。最低限の母屋からはじめ、それをよりどころに訓練を繰り返し、足りない対応を追加検討する。増改築を繰り返し強じんな城を築いていけばよい。（随時掲載）

地方ガス 将来展望 63

エネルギー事業コンサルタント
角田憲司

賃貸入居者保護の動き（2）

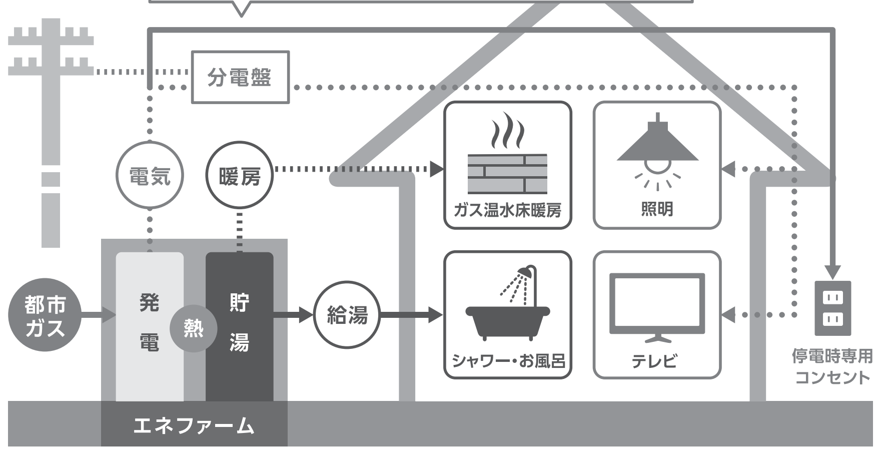
賃貸集合入居予定者へのLPガス料金情報提示は具体的にはどのように進展するのか。要請文書でお願いされていることは、不動産管理業界側では「物件仲介業者が、オーナーや管理会社から『LPガス料金表』をもらっている場合には入居者に提供してほしいこと」、LPガス事業者側では「オーナーや管理会社に『LPガス料金表』を提供すること」と「オーナーや管理会社からの問い合わせにちゃんと対応すること」に尽きる。ここでのプレーヤーは物件仲介業者、オーナーや管理会社、LPガス事業者だが、アクションの起点は誰になるのか。物件仲介業者ではないだろう。LPガス事業者はオーナーや管理会社から要請を受ければ『LPガス料金表』を提出するだろうが、オーナーや管理会社の意向を受けて「不透明な料金」になっている物件では開示に慎重になることだろう。

起点はオーナーや管理会社の行動ではないか。彼らが要請内容の社会的意義を理解して『LPガス料金表』を提示できるようLPガス事業者に指示することが、本件の起点・原動力となる。

とすれば「二の矢」はここに向けて放たれるべきである。つまりオーナーや管理会社への周知を繰り返し行うとともに、定期的な実態調査を通じて実行状況や課題を把握し、さらなる改善の「お願い」につなげる。完璧は望めないが、社会的道義に敏感なオーナーや管理会社や、「高くて不透明なLPガス料金は入居率に影響する」と懸念するオーナーや管理会社からは、行動変容が生まれるはずである。

「三の矢」は入居予定者に向けて放たれるべきである。というのも今回の措置（入居者保護策）が確実に入居予定者に届く保証がない中では、支払うLPガス料金の水準や内訳を入居予定者自身がオーナーや管理会社やLPガス事業者に求めるための環境整備が必要だからである。たとえば「①行政機関が新入居者に対してなされるべきLPガスの告知ルールを知らしめるリーフレットを作成し、②不動産管理業界を通じて新入居者に必ず渡してもらい、③その後は入居者の判断でオーナー・管理会社やLPガス事業者とやりとりをしてもらう」といった策である。知らされた入居者が「高くて不透明なLPガス料金の物件はノー」と意思表示をすることは、この問題の解決に資するはずである

ではLPガス事業者に向かって矢は放たれないのか。オーナーや管理会社の意に反して設備費用負担状況を開示すれば供給者から外される中で、一律に理想的な対応を求めても仕方がない。まずは市場支配力がある大手事業者に率先垂範を求めるよう、行政指導されることからではなかろうか。ただし「料金が高い」という問題には全事業者での真摯な改善を要望したい。



もしもの時も
電気とお湯が
使えます。

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。

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