

業界環境を考慮。今後も計画・実行・評価・改善を繰り返し、協会の事業計画と連動しながら「魅力ある業界、魅力ある企業」に挑む。

### ●サポート企業／頼りにしたい支持・支援企業 会員・賛助会員・外部の力結集

千葉県業界の市場規模は、業務用3万3,178戸、共同住宅32万6,519戸、一般住宅46万2,160戸の計82万1,857戸(千葉県協調べ、21年4月1日現在)。首都の一翼を担い成長を続けている。

千葉県協は22年度予算に9,630万円(案)を計上。収入は会費、受託、交付、補助金などを見込むが、前期比1,389万円のマイナスで決して潤沢とはいえない。正会員も11年の1,086者から21年3月末で836者に減少した。メール登録で資料印刷や郵送費を削減し、Web会議(総会、理事会、青年委員会、研修会等)で会場費の節約を狙うが、効率運営には会員(正会員・賛助会員)の理解と協力のほか支援企業の存在が欠かせなく、価値を共有できる会社も必要となる。

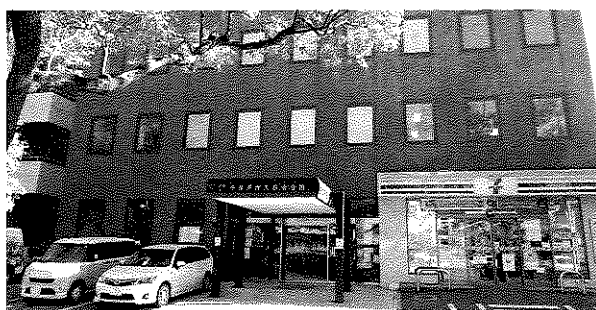
千葉県協では広告代理業シーエスクリエイト(千葉市、島崎浩志社長)がこれに当たる。10数年前から協会事業に携わり、19年度7会場で開いた「LPガスロードマップ説明会」では、「デジタルコミュニケーション」の必要性を唱



19年度7会場で開いたLP  
ガスロードマップ説明会



講演する島崎シーエス  
クリエイト社長



千葉県ガス石油会館

え、会員のHP開設を支援。20年7月の講演会では青年委員会に「新生活様式に対応した販促手法」を呼び掛け、DM作成やオンラインを活用した販売方法の提案で消費者との関係強化を訴えた。Webガス展と対象者や誘導の抽出方法も示し、今こそ「商機・勝機・笑喜の時」と指摘した。

21年7月にも『地の利』と『Web』活用の優良顧客獲得で講演。「コロナ禍だからこそ、『非対面』と『対面』活用のマーケティング戦略が大事。商品とともに『信頼』『安心』『満足』の提供が生涯顧客獲得につながる」と強調した。最近では協会の動画「メーター復帰方法(消費者用)」「LPガスでレジリエンス(自治体用)」作製に協力。協会への特割ゆうメールの提供も始めた。

### 公益の力発揮で共に地域の発展を

高橋宏昌(公社)神奈川県LPガス協会会長



(社)千葉県LPガス協会の公益化の取組みに敬意と歓迎の言葉を贈りたい。神奈川県協の公益化は、同業者間の競争

激化により顧客を巻き込むトラブルが増加したことに對して、規律の徹底とLPガス事業の社会的地位向上を目指すことを意図したものだ。当時、検討していた(電力、都市ガス同様、警察・消防の緊急通報の一括取得による)業界自身による事故一次対応制度「LPガス119」の仕組みや学校等避難所でのLPガスの一部常用化の具合化などもやり遂げることができた。会員会社、従業員のプライドを醸成する効果も見受けられ、業界としての意義もあったと思う。千葉県協として掲げる施策も社会的意義のある取組みだ。少子高齢化・過疎化が進む中、我々LPガス業界と事業者は地域の流通・小売のあり方や発展策に関わり、機能の維持・向上に努める義務がある。千葉県協の皆様の活躍に期待すると共に、協力関係を通じて業界の発展に寄与できることがあれば幸いである。