

2. 灯油、リフォーム等の商品・サービスを教育用・PR用等のコンテンツにまとめ、様々なツールとして販売・提供する：事業収益の拡大

3.2. をオンラインで運営するため、協会ホームページにECサイトを立ち上げ、委託事業として開始した：1.と同じ委託先とすることで委託先の一体的運営を可能とした（事業契約を締結）

4. 収益事業の一環で、消費者宅訪問時の身分証発行の検討

〈小倉晴夫会長コメント〉オンライン講習の影響は単純計算で1,500万円、テキスト代を入れると2,500万円の収益減につながり、会費収入4,000万円を考えると非常に大きな数字。これを補うため2022年4月、業務サポートサービスを展開する㈱シーエスクリエイトと業務委託契約を結び、同5月2日ECサイトを立ち上げた。課題は商材の品揃え。単に品数の問題ではなく、売り手(協会)と買い手(会員)、さらに消費者にとっても、喜んでもらえる物品を揃えることが大事と考えている。

今後の課題は会員への周知徹底と利便性の高い商材。会員アンケートを実施し商材開発に備えたい。

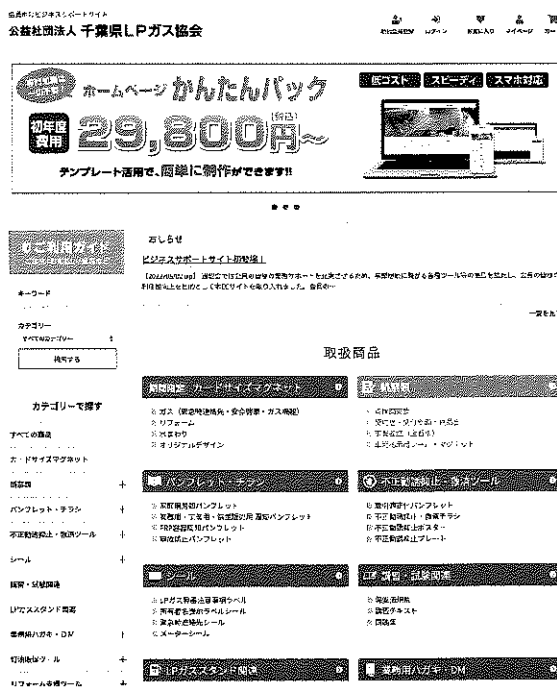
●CSクリエイト、協会サポート事業を全国に展開へ、新規事業ツール開発にも積極的姿勢



島崎社長

協会ECサイトの商材は不正勧誘阻止、業務ハガキ(通常より安価)、リフォーム支援チラシなど多岐にわたる。サイト運営は受注・請求以外のツール保管・発送を行うCSクリエイトが担当し、協会は売上の一部を手数料として支払う。新メニューの開発も行う同社は昨年、電力需給逼迫による国の節電要請等に対して「節電コンテンツ」を制作し、企業等の要望に応じてカスタマイズも行ってきた。島崎浩志社長は「協会は会員が必要な帳票、チラシ等を製作してきたが、種類が多くなれば保管だけでも負担になる。一方、災害対策、カーボンニュートラル等新たな課題に対しても周知、PR等のツールが必要となる。アイテム数が多くなることも考慮し、デジタルツールの販売にも対応していかなければならない。協会の方針に沿って企業ホームページの制作にも対応する。定番のコンテンツを組み合わせることなどで比較的安価で提供できる」として協会サポートのあり方を話す。もう一つ重要な点は各ツールのコスト問題。コストダウンのためには販売量を増やすことが必須だが、保管業務では負担が大きくなる。デジタルコンテンツの提供と共に協会サイト運営の営業範囲を全国に広げている。

島崎社長は「大手企業だけではなく最近、協会からの問合せや具体的相談も増えてきた。一つひとつ丁寧に対応して都道府県協会の利用するツールのコストダウンに繋げたい」と意欲的だ。昨年は節電コンテンツの冬編、通年編などを制作すると共に、家電事業への参入方法やサポート企業の紹介等も行ってきた。「ガスエネルギー事業者の将来の可能性を広げるためにも、より多くのニーズを効率的にまとめ、形にしていきたい」と今後のツール開発にも積極的姿勢を見せる。取引先への支援強化のため、EC活用を検討する大手事業者も増えており、協会の対応も急がれる。



協会ホームページ