新春インタビュー

“現場第一主義”貫き お客さまと販売事業者に“向き合い”“寄り添う”

エネルギーと住まいと暮らしのサービスで地域すべてのお客さまの快適生活に貢献

ミライフ 椎名忠聡 社長

シナネングループのエネルギー卸事業・リテール事業を統合し、2015年4月に誕生した新生ミライフ。設立以降、社長に就任し同社を牽引してきた椎名忠聡社長は、旧ミライフで社長を約4年にわたって務めた後、新生ミライフの社長に就任した。

16年には電力が自由化、17年には都市ガスが自由化され、本格的なエネルギー自由化時代が到来。卸事業・リテール事業ともに競争が激しさを増すなか、コア事業である石油・LPガス事業の深耕を図るとともに、水回りリフォームに特化したパイロットショップのオープンやデグチホームズの株式取得、ソリューション事業の構築、電力販売などの石油・LPガス外事業を強化し、収益構造改革とサービス拡充による顧客満足度向上に取り組んできた。

「エネルギーと住まいと暮らしのサービスで、地域全てのお客様の快適な生活に貢献する」を経営理念に掲げ、「現場第一主義」を貫きながら、販売事業者に“向き合い”消費者に“寄り添う”ミライフとして、販売事業と消費者の両者のニーズに真摯な姿勢で接することで信頼関係を構築してきた。地域に根ざした総合エネルギー事業者として、多様な事業を展開し“地域全てのお客様の快適な生活”をサポートするミライフの椎名社長に自指す事業のビジョンについて話を聞いた。

コア事業を深耕しつつガス外収益を強化

収益構造改革に取り組む

17年4月にホールディング体制となって初めて依存する石油・LPガス事業に中期経営計画（2017年度～2019年度）を策定した。そのなかで、石油・LPガス外事業の規模を拡大して収益の強化を図る収益構造改革を掲げた。

石油・LPガスをコア事業として展開しているが、人口減や単位消費量の減少など今後も収益面で厳しい環境が続くことが容易に想定せる。収益の96%を占めるコア事業の石油・LPガス事業に危機感を持ち、改革に取り組む方針を決めた。

コア事業である石油・LPガス事業を深耕しつつ、ガス外収益の増強を図ることで収益構造を現在の4対1の割合から、事業領域の拡大を図った。

石油事業を含めた事業領域の拡大を図るため、地域ライフ会（コンテストでは、石油販売部門（ガソリン、灯油、軽油、重油）、ガス販売部門（シリンダーガス、生活関連販売部門（エコジョー）、省エネ暖房機器販売部門（ガス暖房機器、床暖房）のそれぞれの分野の対前年比増量分を競い、会社全体の営業提案力を競いあうことで需要開拓を推進している。

需要創造をサポート

販売事業者に“向き合い”

知事表彰者として、ミライフ会員（販売事業者）が経営研修を開催するなどして、会全体を強いアップを図っている。

“現場第一主義”の徹底

また、さらに制度を廃止して、販売事業者に一番近い店舗に担当者を任命させることで、より迅速に対応できる体制を整備するとともに、御用聞き業務サポートセンターを設立し、受発注体制を強化した。

現場での問題に迅速に対応できる「現場第一主義」の徹底を図り、販売事業者と一心同体になって需要創造・市場開拓に取り組みたい。

ジャパンエナジック設立

一昨年に当社とミツウロコグループホールディングス、三ツ輪産業、三ミュニケーションをとりP.ガスの配送・充填事業で販売エリアにおける L.P.ガスの取り引き数量や新規登録メータ数を競うP.ガス部門、電力販売部門の3部門でコンテストを実施。メーカ、販売店と三位一体となって、需要創造に取り組んでいる。

「需要開拓施策」以外にも事故撲滅に向けたひまわり点検を推進する保安キャンペーン、8地域ミライフ会向けセミナーや、人材育成を目的とした経営塾（販売事業者）を開催。

また、需要創造コンテストでは、家事の効率化や簡素化をサポートする給湯器やコンロなどの拡販を競う生活関連物資部門、LPガスの取り引き数量や新規登録メータ数を競うP.ガス部門、電力販売部門の3部門でコンテストを実施。メーカ、販売店と三位一体となって、需要創造に取り組んでいる。

また、需要創造コンテストでは、家事の効率化や簡素化をサポートする給湯器やコンロなどの拡販を競う生活関連物資部門、LPガスの取り引き数量や新規登録メータ数を競うP.ガス部門、電力販売部門の3部門でコンテストを実施。メーカ、販売店と三位一体となって、需要創造に取り組んでいる。

第3号店の出店も計画

販売事業者へノウハウ提供

新年度以降、順次出店拡大を計画しており、今後の出店戦略の進捗をターゲットとしている。

一方、北越谷店は店舗周辺の半径5㎞圏内8万世帯を、相模原中央店周辺のキッチン・浴室・トイレ等の水回りに関するリフォームを伸長する。

北越谷店は1階にショールームを併設した店舗。2階にリテールの越谷店のオフィスが入っており、越谷店の顧客を相模原中央店と共有する。

両店舗は水回りリフォームに特化したパイロットショップであるが、店舗を取り巻く環境はまったく違う。

エネルギー顧客をまったく持たない地域でのリフォーム店舗と、既存顧客を持つ地域でのリフォーム店舗。両者の収益を比較することで、今後の出店戦略の進捗とする。

収益構造改革に取り組む

17年4月にホールディング体制となって初めて依存する石油・LPガス事業に中期経営計画（2017年度～2019年度）を策定した。そのなかで、石油・LPガス外事業の規模を拡大して収益の強化を図る収益構造改革を掲げた。

石油・LPガスをコア事業として展開しているが、人口減や単位消費量の減少など今後も収益面で厳しい環境が続くことが容易に想定せる。収益の96%を占めるコア事業の石油・LPガス事業に危機感を持ち、改革に取り組む方針を決めた。

コア事業である石油・LPガス事業を深耕しつつ、ガス外収益の増強を図ることで収益構造を現在の4対1の割合から、事業領域の拡大を図った。

水回りリフォームに特化したパイロットショップ

18年に相模原中央店、19年に北越谷店

水回りリフォームに特化したパイロットショップを18年5月に神奈川県相模原市と19年10月に埼玉県越谷市に相模原中央店と北越谷店としてオープンした。

相模原中央店は、石油・LPガス分野の販売や営業にまったく携わることなく、リフォーム事業に特化し、店舗周辺の半径5㎞圏内5万世帯をターゲットとしている。

第3号店の出店も計画

販売事業者へノウハウ提供

新年度以降、順次出店拡大を計画しており、今後の出店戦略の進捗を比較することで、今後の出店戦略の進捗とする。

エネルギー顧客をまったく持たない地域でのリフォーム店舗と、既存顧客を持つ地域でのリフォーム店舗。両者の収益を比較することで、今後の出店戦略の進捗とする。

デグチホームズ株式取得

リフォーム事業を強化

目標達成に向けたリフォーム事業の強化策として、17年5月に、静岡県の富士市、富士宮市、沼津市、伊東市に店舗を構えて、リフォーム、増改築、新築、不動産、住宅事業を展開していたデグチホーム会（静岡富士市、出口明利代表取締役）の全株式を取得した。

需要創造をサポート

販売事業者に“向き合い”

テレビCMを開始

ブランド力強化施策

ブランド力強化施策の一環として、16年10月からテレビCMを開始した。

現在、フジテレビ「ネプリーグ」（毎週月曜日19：00～20：00）と、日本テレビ「情報ライブミヤネ屋」（毎週月～金曜日13：55～15：50）CM放映は毎週水曜日14：55～15：50の時間帯）で放映している。

テレビCMを放映して名を知るお客さまも増え、営業担当者からは会話のきっかけとなりコミュニケーションをとりやすくなったと聞いている。テレビCMによる売り上げの増加は考えておらず、投資として企業現の収益のなかから、ブランド戦略の一環として、継続していく方針だ。

テレビCM放映後、想像していなかった反応として社員から感謝されたことだ。

「子どもからCMを見て、お父さんの会社って凄いねと言われました。社員ありがとうございます」といった言葉を社員から何度も掛けられた。

一般消費者向け販売事業に向けたテレビCMが、社員から感謝されたことは驚くとともに自分自身大感激しかった。

あなたの明日に寄り添うミライフ

昨年2月からリニューアルしたTVCMは「寄り添う」編として、CMのラストは「あなたの明日に寄り添う」というコピーで締めくくられている。

「あなたの明日に寄り添う」というコピーには、エネルギーと住まいと暮らしのサービスで、地域全てのお客様の快適な生活に貢献する」を経営理念に掲げ、「現場第一主義」を貫きながら、販売事業者に“向き合い”消費者に“寄り添う”ミライフとして、販売事業と消費者の両者のニーズに真摯な姿勢で接することで信頼関係を構築してきた。地域に根ざした総合エネルギー事業者として、多様な事業を展開し“地域全てのお客様の快適な生活”をサポートするミライフの椎名社長に自指す事業のビジョンについて話を聞いた。

経営塾（販売事業者）を開催

送効率の低下や物流コストの上昇や配送員の高齢化など、多くの課題に直面しており、その課題を解決するために共同で設立した。

各社の関東エリアの事業所、充填所を統合し、経営塾（販売事業者）を開催。

また、2年後を目標にLPWA（広域無線）を本格的に導入し、第一弾として、LPガス販売事業者の認定を目指す。システムの導入には多大な経費が掛かるが、保安業務は事業の根幹であり保安高度化を実現し、事故撲滅を目指した。

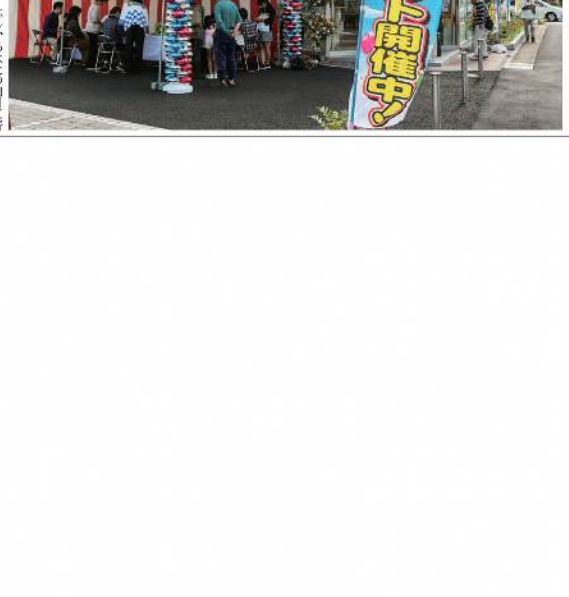
多種多様なニーズに対応

組織作り・人材育成を推進

販売事業者、お客さまとも、多種多様な二次ニーズに対応できる組織作り・人材育成を推進する。

ネルギーと住まいと暮らしのサービスで、地域全てのお客様の快適な生活に貢献する」の実現に向け、現場第一主義を貫き、社員とともにおもてなし、お客様に寄り添い、柔軟な対応をする。

「寄り添う」ミライフとして、事業活動を実践したい。



19年10月に埼玉県越谷市にオープンした北越谷店。新年度以降、順次出店拡大を計画しリフォーム事業の拡充を図る