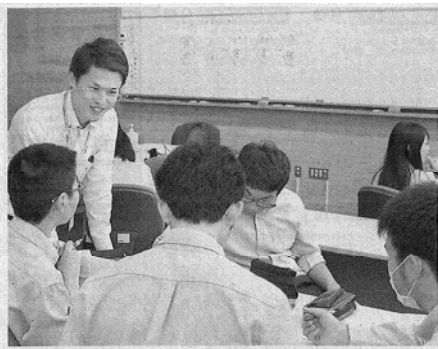


学生記者が企業取材 ママの悩み相談 部活支援

地域で「地元」を掛け、LPGガス販売のエネジン（浜松市中区）が、多彩な活動を展開している。高校生らが企業取材する「学生記者」や、お母さんの悩みを伝える「ママゼミ」、中学校の運動部を支援する「部活応援……」など、企業が社会的責任（CSR）活動をしながら市場を創造するマーケティング戦略もある。

多彩な企画で地域密着

CSR活動しながら市場戦略



①浜松湖北高校での授業ではエネジン社員の岡本さん（左）がアドバイスをする＝浜松市北区



②エネジンの藤田社長。ミネラルウォーターも同社の重要商品だ



「地元には構さんの知らない良い企業がたくさんあります。企業取材すれば、就職活動にも役立つでしょう。」
5月19日、浜松市北区の浜松湖北高校。商業科3年の電子商取引の授業で、エネジンの岡本重人（29）が呼びかけた。生徒31人がグループに分け、企業取材して同社のブログで紹介する企画だ。同社は取材やブログ作りをほぼ1年間支援する。

同校の山下幹比呂教諭（28）は授業の目標は通取サイトの構築で、商品を紹介し、メールするかがポイント。企業とやり取りがある本物のブログを作っているエネジンの支援はありがたいと話す。
伊東商業高校（伊東市）では観光振興をテーマに支

「顧客の課題解決がビジネスのプラスに」
エネジンは、浜松市を中心に県内13カ所に拠点をもち、社員200人、年商70億円。商品は、LPGガス販売が3分の2で、太陽光発電、住宅の建設・リフォーム、ミネラルウォーター販売など、電力自由化を受けてエネルギー料金の提案事業も始めた。
藤田源石専門社長（47）は「地元密着企業なので地域が元気にならないと発展しない。地盤を盛り上げ、回り回ってプラスにならなければ」と中長期的な視点を強調する。しかしよく見ると、自社の強みはいかにビジネス手帳もある。同社の商品の特徴は、県内すべての個人・家庭と事業所を対象にできることだ。その際、顧客との接点作りが重要になるが、顧客のニーズの悩みをうまく解決する企画は絶好の機会。問題は、企画には手間ひまがかかるので、最後までやり抜く覚悟があるか、だ。
藤田社長は「18年ほど前、アパートの大家さんが入居者の減少で困っていた。ガスを売れないので、我々も困った。ネット募集や改修を手控したら成功事例が出た。顧客の課題解決がビジネスのプラスになることがわかった」といふ。
太陽光発電がブームになると、小学校で太陽光パネルを組立てる環境教育を聞いた。教える社員もやる気が高まり、学校や家庭で

エネジン本社で開かれたママゼミ。託児コーナーが同じ部屋にある＝浜松市中区



「素朴な質問」

トサリノのチームから指導を受ける場を作った。地域の子たちも親をターゲットに多彩な企画を用意してまさに「二枚汗を流している」のだ。