

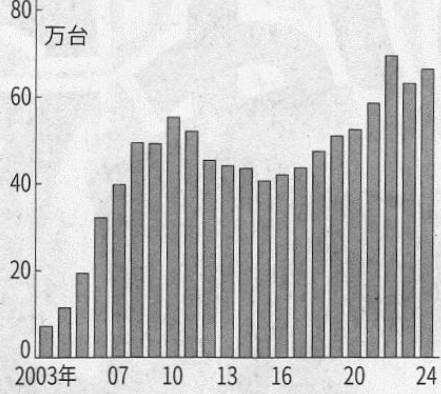
小売り全面自由化などを背景に顧客獲得競争が続く電力とガス。静岡県西部を中心にLPガス販売のエネジン（浜松市）が電気給湯器「エコキュート」を扱い、オール電化世帯の顧客を開拓している。

エネジンは2022年、ガス給湯器の販売サイトを開いた。販売は振るわなかったが、エコキュートに関する修理や交換という思いがけない問い合わせが相次いだ。「訪問販売などで購入した人が問い合わせ先に困り、相談するケースが多い」（エネジンの営業担当者）という。

背景にはエコキュート買い替え需要の高まりがある。日本冷凍空調工業会によると、国内大手6社の出荷台数は24年に66万台。03年の7万台から大きく成長した。出荷台数の最初のピークは東日本大震災前の10年。エコ

LPガスのエネジン

エコキュートの出荷台数



(注) 国内大手6社
(出所) 日本冷凍空調工業会

オール電化世帯を開拓

キュートの耐用年数とさずは年間300台の販売される約10年が経過し、故をを目指す。障や不具合が増えている。エコキュートは大手家電量販店などでも販売されるが、LPガスを主力とするエネジンならではの強みで差別化する。

エネジンは商機は大きいと見て、ガス会社でありながらエコキュート販売を本格化させた。足元では月間50件ほどの問い合わせがあり、このうち20件程度が販売に結びついている。エコキュートの販売価格は工事費など含め1台約50万円で、ま



小型ガスボンベで動く仮設給湯器の設置サービスが強み（2月、浜松市）

エコキュート販売

買い替え需要増に商機

業の拡大にもつなげる。同社の24年9月期単独決算の税引き利益は、人件費増などを背景に前期比31%減の1億472万円。売上高の約3割を占める家庭向けガスの需要は不透明感を増す。インターネット調査会社のマイボイスコム（東京・千代田）の「オール電化住宅に関するアンケート調査」によると、05年に3・6%だったオール電化住宅の割合は24年に15・3%まで拡大した。

エネジンは防災教室や子育て世帯向けイベントといったSDGs（持続可能な開発目標）の取り組みを積極展開。地域との結びつきを強めることで事業の拡大につなげてきた。脱炭素化や人口減少で市場規模が縮小するなか、既存の事業領域にとらわれずに「地域密着型総合エネルギー企業」への転換をめざす。

（勝見利於）