

イーレックスは、先に新型コロナ対策で在宅勤務が多くなり増加した電気料金を割引く「緊急支援企画」(別掲)をつくり、4月20日から対象顧客に募集を開始した。今回、駆け付けサービスも無料とすることで、家計負担を和らげる企業姿勢をより鮮明にしたことになる。近年再エネ電源のリーディングカンパニーとしての認知度も高めており、積極的経営が注目されている。

〔駆け付けサービス〕▷関東エリア(1日～)：関東1都6県、山梨県、静岡県(富士川以东)▷その他エリア(20日～)〔緊急支援企画〕▷応募期間：2020年4月20日～7月31日▷対象エリア：沖縄、離島除く全国▷割引内容：①従量電灯B(近畿、中国、四国)、同C(北海道、東北、東京、中部、北陸、九州)、低圧電力、低圧電力Sプランの利用者は毎月1,000円を6ヵ月間割引(計6,000円)②従量電灯A(近畿、中国、四国)、従量電灯B(北海道、東北、東京、中部、北陸、九州)の利用者は毎月500円を6ヵ月間割引(計3,000円)

リボンガス、コロナ禍での面談に提案 チラシセットの活用で「現状に対応を」

リボンガス㈱の内海久俊社長は、新型コロナウイルスの恐れから面談機会が減り、対話時間も短くなっている現状に対応し、チラシ、カタログ類の営業ツールを営業トークの流れに沿って選別、組合せた「セレクトパック」(フィルムに収納・同社呼称)を活用することを提案している。「例えば、面談に利用する場合、簡潔な説明により通常の所要時間が大幅に短縮できる。面談できず資料郵送を求められた場合でも、後日の電話説明がし易い」とそのメリットを述べた。更に、「現下の状況から、面談のあり方や効率的

な説明方法などを見直す良い機会だろう。セレクトパックなどのツールや新たなコミュニケーション方法の導入などが重要なポイントだと思う」と提言した。なお、今年2月上梓した内海社長の著書「激変の時代を勝ち抜く創造的営業力五輪書」の水の巻(戦術編)では、セレクトパックの活用などについて詳述している。



日東エネルギー、「とくし丸」

“感染予防に配慮”で好評、利便性再認知に

日東エネルギー㈱の移動スーパー*「とくし丸」が好評だ。新型コロナ感染予防から在宅時間が増える中、「スーパーにわざわざ足を運ばなくて済むので有難い」「この時期、スーパーやコンビニなど、人が密集したところに行くのは怖い」などの声に対応したことが奏功した。

同社が移動スーパーを開始したのは、2016年1月。今年2月後半から販売員(運転手兼務)**は検温、マスク着用、店のアルコール消毒を徹底している。来店客には、「普段と様子が違わないか」「常連なのに来なかった人は誰か」など、これまで以上に注意しているという。この取組み以降、売れ筋商品だけでなく免疫力向上が期待できる品を増やし、売上は2～3割増加。

今後は、「巡回車を2台程度増やし、エリア拡大を図る」という。

* 軽トラックに商品を積み巡回訪問する。同社の場合、週2回程度足立区東北エリアを約40ヵ所巡回している

** 委託している個人事業主



○内は頁

〈団体情報〉▷LPガス都道府県団体の総会日程④
▷新潟県協、コロナ禍で情報発信④ ▷神奈川県協、
コロナ禍対応で発信④ ▷群馬県保安センター、点
検調査を一時停止④
〈データバンク〉⑤～⑦