住設・供給機器
新技術

遠野ひなまつり下支え

「IGW」×スタンプラリー

岩谷産業

遠野町家のひなまつり
デジタルスタンプラリー
ひなまつり
岩手

地域の伝統と振興を担うイベントで岩谷産業とイワタニゲートウェイ（IGW）が貢献した

2月21日から3月5日まで岩手県遠野市で開かれた「第26回遠野町家のひなまつり」で、岩谷産業（本社・大阪、東京、間島寛社長）が展開する独自のIoTプラットフォーム「イワタニゲートウェイ（IGW）」が活躍した。

遠野町家のひなまつりは期間中、遠野市内の家庭や店舗に代々伝わるひな人形を飾り、遠野に春の訪れを告げる恒例のイベント。今年は同社が協力企業として参加し、子供や高齢者の見守りサービスで協業するotta（同・福岡市、山本文和社長）の「見守りシステム」とIGWを組み合わせたデジタルスタンプラリーを企画、市内周遊を促進するイベントとして実施した。

参加者は、ottaの専用お守り型見守り端末を持ち歩くだけで、市内の複数個所に設置されたIGWがチェックポイントとして参加者の訪問と滞在時間を自動的に記録できるため、気軽に参加できるようになった。チェックポイントの数に応じて参加者は抽選会に参加でき、抽選で遠野市内のホテルペア宿泊チケットやイワタニオリジナルグッズなどの豪華景品も用意。デジタルスタンプラリーは、地域の魅力を再発見し楽しく巡れるイベントとして多く参加があり、大好評だった。

遠野市では買い物代行サービスなど、IGWを軸としたさまざまな取り組みが展開されている。岩谷産業は今回の協力を通じて、伝統文化の保存と振興に貢献でき、地域社会との連携を深めてIGWの可能性を多くの人に知ってもらう貴重な機会になったと評価している。今後も地域に密着したさまざまな活動を通じて地域発展に寄与し、IGWを活用したさらなるサービスの開発と提供に努めていく方針だ。

橋本市のR&D拠点稼働

製品開発に拍車

協成

KYOSEI R&D CENTER KAMURO の事務所

協成（本社・大阪市、冨川清社長）は1日、橋本市学文路18－1に開設した技術開発拠点「KYOSEI R&D CENTER KAMURO」を稼働した。

「社会に貢献する企業たれ」の理念を持つ同社は2021年、技術部門の組織を変更し製品企画・基盤技術部、製品開発部を編成。新設した営業開発部と連携し、新製品の開発や新市場開拓を強化してきた。

KYOSEI R&D CENTER KAMUROの開設に向け橋本工場を改修。長野工場に設置していた流量特性試

コインランドリー展でホーリーポット特別賞

コインランドリーの展示会「第9回国際コインランドリーEXPO2025」が2月26～28日、東京・江東区の東京ビッグサイトで開かれた。27日に発表されたアワードで最優秀賞、店舗デザイン賞、特別賞、UI・UX賞の4賞を表彰。特別賞を、LPガスも手掛けるホーリーポット（本社・三重県大台町、林佳宏社長）が運営する「セルフランドリーラクラシカ」が受賞した。

EXPO2025
LAUNDRY EXPO2025
コインランドリー店アワード
コインランドリー店アワード

ホーリーポットの林佳宏社長（前列右端）ら受賞者と関係者

大正時代に創業した同社はLPガス販売やガソリンスタンド、不動産開発、書籍販売など地域の暮らしにかかわるさまざまな事業を手掛けてきた。ランドリーは1号店を20年、2号店を24年10月にオープンした。林社長は「20年以上経営してきたコンビニエンスストアを改装して開業した。隣接のガソリンスタンドも経営している」と語る。

コインランドリーの店

偽サイト

昨年3万件通報

警察が対策ガイドライン

日本サイバー犯罪対策センター（JC3）は2月7日、セーファーインターネット協会の悪質EC（電子商取引）サイトホットラインに寄せられた通報内容を分析し、悪質なショッピングサイトなどに関する統計情報を公開した。

偽サイトによる被害は増えており、2月だけでもオリコンや武田メガネ、東京マラソンなどが偽サイトへの注意喚起を行った。丸江（本社・小田原市、江嶋賢社長）も1月、自社運営する「ガス器具ネット」を装った偽サイトへの注意喚起を消費者宛てに行った。同偽サイトはガス器具ネットの会社概要情報も転用するなど、巧妙かつ悪質だ。丸江が警察に相談すると、警視庁の「偽ショッピングサイト・詐欺サイト対策」ガイドラインを案内されたという。

2024年にセーファーインターネット協会からJC3に共有された悪質なショッピングサイトなどの通報件数は3万1619件だった。23年比で33・2%減少したものの、高止まりしているとJC3は分析する。悪質なECサイトを知ったきっかけに関する調査では「インターネット検索結果」が最多で1万8244件、「メールに記載されていたURL」は8019件と前年比76・2%増加し、20年から約6・1倍に増加した。

丸江が案内されたガイドラインには偽サイトの手口や発見時の対応に加え、偽サイト対策も紹介している。▽ウェブサイトが改善されていないか定期的に確認▽ウェブサーバーのOSやソフトウエアを最新の状態に保つ▽管理者のIDやパスワードを適切に管理▽ウイルス対策ソフトなどを導入▽ウェブサーバー上の不要なサービスやアカウントを削除・停止▽公開を想定していないファイルをウェブ公開用ディレクトリ以下に置かない▽ウェブアプリに対する攻撃からウェブサーバーを保護するため、WAF（ウェブ・アプリケーション・ファイヤウォール）などのセキュリティ製品を導入▽定期的にバックアップを取得し、正常なコンテンツと比較して不正なファイルが置かれていないか確認――するよう勧めている。

太陽光・蓄電池・EV

災害対策で関心高く

東ガス都市生活研調査

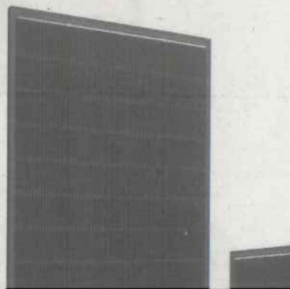
東京ガス都市生活研究所は都市生活レポート「在宅避難を『自分ごと』に～エネルギーも『自分で備える』防災行動のヒント」を発行した。同調査によると、電気やガスの備えを重視する人は約2割に達したものの、実際に備えができている人は1割程度にとどまった。

災害対策としての発電や蓄電への関心度調査では30代の関心が高いことが分かった。太陽光発電と蓄電池が備え付けられた住宅への関心は34%、家庭用蓄電池への関心は36・3%、電気自動車（EV）やプラグインハイブリッド車への関心は26%に達し、いずれも年代別で最多だった。

同研究所は災害発生に伴う在宅避難とその際に重要となるエネルギーの備えに着目し、1都3県在住の男女1600人を対象に調査を実施した。

狭小住宅屋根向け太陽電池モジュール

ネクストエナジー



ネクストエナジー・アンド・リソース（本社・駒ヶ根市、伊藤敦社長）は狭小住宅屋根向けN型セル採用の太陽電池モジュール「NER052M240F－NG（メーン

台湾支店を開設

タカラ、初の海外拠点

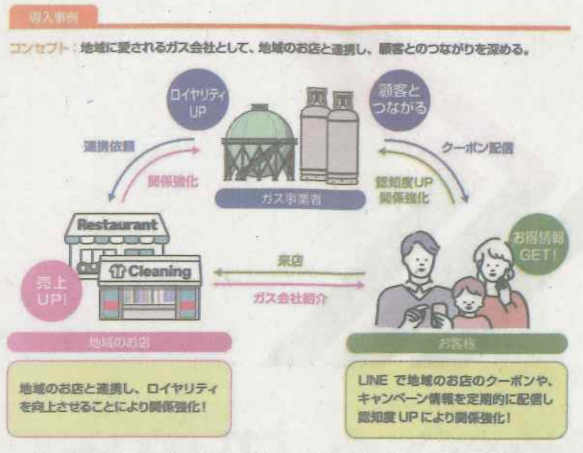
タカラスタンダード（本社・大阪市、小森大社長）は4月10日、台湾・台北市に台湾支店を開設する。同社の初の海外拠点となる。

2015年、本格的に海外展開を始めた。国内同業では後発だったが、23年度の海外売上高は5年前比で約250%と順

コンテンツやサイト作成

LINEプロモサポート

CSクリエイト


導入事例
コンセプト：地域に愛されるガス会社として、地域のお店と連携し、顧客とのつながりを深める。
ロイヤリティUP
顧客とつながる
連携依頼
関係強化
クーポン配信
認知度UP 関係強化
ガス事業者
Restaurant
Cleaning
売上UP!
来店
ガス会社紹介
お得情報GET!
地域のお店
お客様
地域のお店と連携し、ロイヤリティを向上させることにより関係強化!
LINE で地域のお店のクーポンや、キャンペーン情報を定期的に配信し認知度 UP により関係強化!

LINEプロモーションサポートの導入イメージ

LPガス販売事業者向けの業務支援サービスを提供するシーエスクリエイト（本社・千葉市、島崎浩志社長）は、LINEの活用により地域共創を促し、顧客との関係強化を図るLINEプロモーションサポートを2023年から提供している。プランは月額税別5万円から。島崎空良取締役は「配信内容やメッセージの作成は当社で担う。運用が軌道に乗れば業務として定常化するうえ、アカウントの『友だち』が増えて問い合わせも増える」と語る。

同サービスは▽初期設定代行▽配信コンテンツの作成▽同社制作の周知チラシやDM、ポスターなどを活用した友だち獲得のためのサポート▽メッセージ配信運用代行▽製品PRサイト作成▽運用データの解析を通じた運用方針策定や施策提案などを行う定期的な打ち合わせ――を用意する。打ち合わせから運用開始まで最短1カ月というスピード感も魅力だ。

「打ち合わせは企業を訪問して行う。最初の打ち合わせで、何を目的とするのかを明確にする。LINEの運用では何を見せたいのかを明確にしなければならない」と島崎氏。同時に「友だち登録数を増やすにしても、目的を見極める必要がある。LINEは容易に友だちになれる分、通知内容と頻度次第では容易に通知オフ設定にされブロックされることもある」と語り、綿密な打ち合わせが重要と強調する。

製品PRサイトは月額税別5千円で1サイトを制作する。リンナイのガス機器に特化したサイトで、配信コンテンツとしても利用できる。「画像をタップするだけで同サイトへ遷移できるため、同サイトへの導線としてDMやチラシなどの紙媒体よりもハードルは低くなり、サイトへの訪問率も上がる。うまく活用すれば顧客からの問い合わせも増える」と島崎氏は説明する。製品PRサイト内の特定の商品についてメッセージを発信したところ、そこから成約につながったという事例もあるという。

「当サービスを利用することで、地域店舗との連携を強化し、顧客とのつながりを深められる。自社のLINE公式アカウントから地域店舗のクーポンを顧客に配布すれば顧客との関係強化につながるし、顧客が地域店舗に足を運べば地域店舗と自社の関係が強化される。場合によっては、地域店舗が地域住民へガス会社として自社を紹介することもあり得る。顧客との関係が深まれば、お得な情報やセール情報を発信して売り上げも伸ばせる」と島崎氏。サポートの手厚さをアピールすれば、他社との差別化も図れると説明した。

DXに踏み出したものの、スムーズに進まない企業は少なくない。「自社公式LINEを運用することでデジタルに触れてほしい。身の回りの業務をデジタル化するところからDXを出発してほしい」と島崎氏は呼びかける。