

現状を打破したい
プロパンガス会社様 **必見!**

「売上の大半をガス顧客に依存している・・・。」
「顧客の減少と高齢化で、現状維持が精一杯だ。」

私たちはどのようにして生き残るのか？

ガス会社の選んだ未来

戦略的選択

顧客の
高齢化
減少

業界
組織の
硬直化

オール電化
都市ガスの
自由化

価格決定
主導権の無い
ガス
価格の **高騰**

顧客1,500戸の地方ガス会社が

1.7 **億** **円** **UP**
年商 **2年**で **達成した**
取り組み



株式会社 くさか
代表取締役 **日下 英明氏**



新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、および関係者の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

PC・スマホで簡単
セミナー参加!

開催
日時

2022年
3月

26 **日** **28** **日** **30** **日**

オンライン開催
13:00~16:30
(ログイン開始12:30~)

経営者様
経営幹部様
限定

主催

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

ガス会社の選んだ未来

お問い合わせNo.S083739

船井総研セミナー事務局

E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル ※お問い合わせの際は[セミナータイトル]・お問い合わせNo.・お客様氏名を明記の上、ご連絡ください。

WEBからお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に『お問い合わせNo.』を入力ください。)→ **083739**

このような課題を抱いている プロパンガス会社経営者様へ

ガス需要の減少に不安を感じる

顧客の高齢化・顧客減少に不安を感じる

月別業務量のアンバランスをなくしたい

今のうちにガス以外の売上の柱を作りたい

保守的な組織風土から抜け出せない
新しいことに挑戦するきっかけが掴めない

どうしたら解決するのだろうか？

これらは実際に多くのLPガス会社経営者から聞かれる声です。
そして、ガス以外の売上の柱を作ろうとあれこれ模索しながら、
なかなか上手くいかない会社様が多いのも事実です。

しかしその一方で、ガス事業と親和性の高い新規ビジネスモデルに
本格的に取り組んで、業績アップに成功している会社も全国各地で
増えています。

今回は、人口7万人の地方商圈で、顧客1000戸の普通のガス
ショップが、たった1つの取り組みをきっかけにして、ガス外売上を
数年で2億円以上アップさせ、新たな収益の柱づくりに成功した
事例をレポートにしてお送りいたします。

地方のガス屋が経営改革を実現 ガス売上に依存せず営業利益+1,000万円

特別紙上インタビュー



株式会社くさか

代表取締役

日下 英明 氏



【プロフィール】

京都府福知山市で1968年に創業、プロパンガス年商1.4億円、ガス顧客約1,000世帯の地元密着企業。ガス供給世帯減少による事業基盤縮小から脱却し、エネルギー自由化による市場の変化に備えるため、2014年にリフォーム事業に本格参入。リフォーム店・工務店が苦手とする小工事や機器交換を徹底強化することで、一般リフォーム店の3倍、営業未経験スタッフで契約率70%の体制づくりに成功。さらにガス顧客のリピーター依存を強化して、初年度から既存売上+1.2億円を達成。翌年はリフォーム事業年商1.7億円とスピード成長を続け、2020年には年商2億円。ガスに代わる収益事業が確立し、現在は若い人材も育ち、活躍できる会社へと進化を遂げている。

プロパンガス顧客 約**1,000戸**のガス会社が、
「**ガス機器交換&リフォーム事業**」で、
既存売上**+2.0億円**を実現できた理由とは？

Q1

地方のLPガス店の経営者として感じていた課題や、
自社の革新に本気で取り組んだきっかけとは？

我々ガス業界は、以前は本当に恵まれていました。しかし近年はというと、オール電化攻勢や都市ガス自由化による既存顧客の減少、CP価格の変動、大手プロパンガス会社の地方進出など、決して「いつまでも安泰」という状況ではなくなりました。2013年頃からガスの価格変動も落ち着き、「顧客減少にも歯止めがきいている今のうちに、次の一手を本気で打たなければならない」と思ったのがきっかけでした。

Q2

なぜ、機器交換やリフォームを 次の事業の柱にしようと思われましたか？

既存のガス事業と親和性の高い事業だと思ったからです。

我々の業界では、給湯器の交換等、多かれ少なかれ水廻りの工事に関わりがありますし、給水排水関係の資格を取得していれば、経験や施工技術も強みになります。

それを活かさない手はないということで、当社は水廻りでの強みを武器に、リフォーム事業を大きな柱に育てようと決断したのです。

しかし、工務店やリフォーム専門店と同じようなやり方では、二番煎じで上手くいかないと思いました。そこで、**ガス会社としての強みである「小回り・スピード」を武器に、工務店が積極的にやっていない小工事や水廻り機器、ガス機器の交換リフォームに特化**した戦略をとりました。



小工事・修理など小回りの利く対応力とスピードは工務店やリフォーム会社が真似できない強みになる



大規模なリフォーム工事は狙わない。大手や工務店が積極的に取らない価格帯のリフォームを絞って攻めることで、無理な営業をしなくても売れる

Q3

機器交換&リフォーム売上が1年で+1.2億円、 2年目には+1.7億円と急成長したポイントとは？

「クローズドマーケット」から「オープンマーケット」へと私自身の発想を変えられたことです。

私たちガス会社の場合、お客様というと「ガスを使ってくれている自社顧客」という発想になりがちです。そして、そのガス顧客に「次は何を買ってもらおうか？」という考え方になります。

しかし**ガス顧客は徐々に減る。ガスの販売量も減る。ガス顧客は高齢化して物が売れない。**

大袈裟に言うと、これまでの“ガス屋発想”の商売は通用しなくなったのです。

そこで、どうしても**「オープンマーケットで、ガス顧客以外のお客様を相手にした事業で勝負しなければ会社の明るい未来はない」**と考えました。

顔の见えない、不特定多数のお客様と取引をすることによって様々な不安も感じました。しかし、そこで徹底的に勝負する決断をしたことで、業績を伸ばすことができたのだと思います。



福岡山市とその周辺を「商圏」として設定し、このエリアでの一般のお客様の認知度を上げていく戦略を採ることになった。

Q4

「クローズドマーケット」から「オープンマーケット」で事業を展開したことが成功のポイントということですが、そのあたりをもう少し詳しく聞かせてください。

ガス顧客を離れて、それまで顔が見えなかった一般のお客様を相手に商売をするということで、一番重要なことは「ウチの会社を、そしてウチの会社がリフォームをやっていることを知ってもらう」ということです。そのために、まず思いついたのは「チラシを作る事」です。市場での認知度を高めるために、次のようなことを意識してチラシづくりを行いました。

- ①「ガス事業の片手間でやっている」と思われない、「リフォームの専門店」だと一目でわかるチラシ。
- ②しっかり利益を取りつつ、お値打ち感のある価格にするための工事体制見直し&仕入交渉。
- ③1～2回の折込だけで結果を判断しない。
認知度を上げるために、絶対にチラシを折込し続ける。



チラシを撒き始めてから3か月ほど経つと、一般のお客様にも「ガス屋さん」ではなく「リフォーム屋さん」として認知され始め、安定的にリフォームの依頼が来るようになりました。

それから、**お客様が気軽に来店できるお店（ショールーム）**の効果が大きいです。

「ショールームなんか作っても、どうせ見に来るお客さんなんていないだろう・・・」

私自身も最初はそう考えていましたが、チラシによる販促を続けていくうちに、「もっとリフォームのお店としての信用が伝わる方法はないものか?」、「チラシの実物商品をお客様に見せながら説明できたら、もっと営業が簡単になるのになあ。」といったことを感じるようになりました。

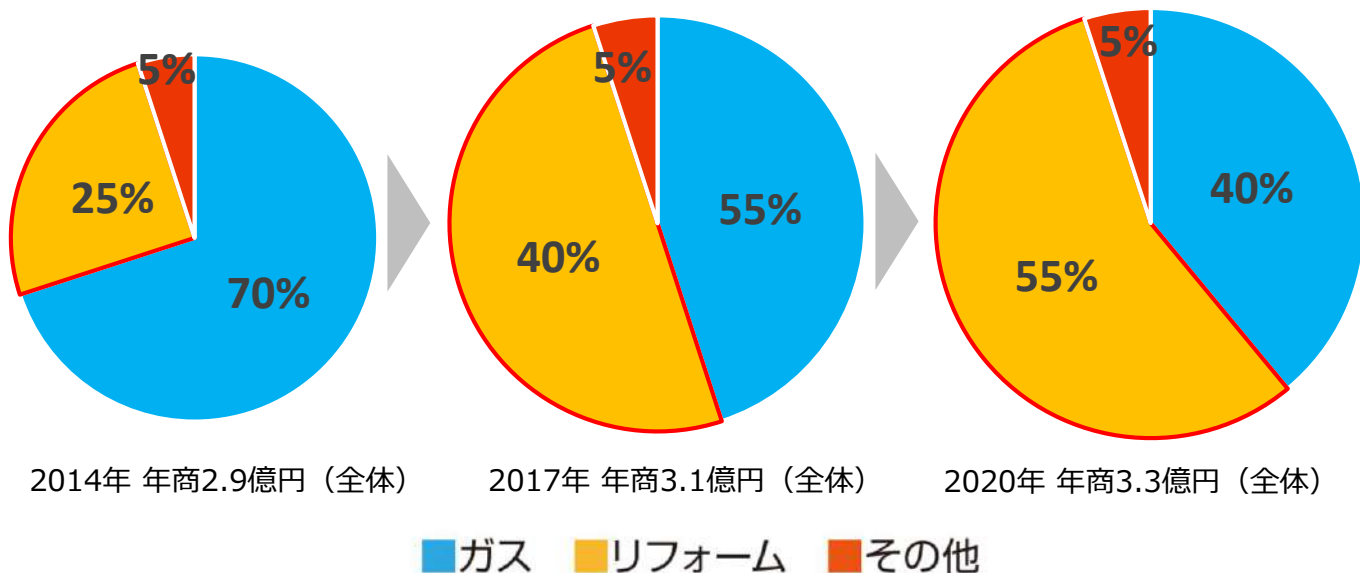
もちろん大きな投資はリスクなので、本店の事務所をを一部改装して設備機器を展示したショールームを併設することにしました。**すると、同じチラシ販促でも反響の数が目に見えて増え、電話だけでなく自然と来店して相談をくれるお客様も増えました。**



Q5

ずばり、リフォーム事業に参入して良かったですか？

はい、本当に良かったと思います。あの時の決断がなければ、今頃ガス事業に依存していた当社は決して良い状況にはなっていないでしょう。「長年大事に続けてきたガス事業のお客様に、違う形でまた喜んでいただける。これまでの基盤を活かして新しい売上の柱を作れる」という点で、小さなガス会社にとっても大いに可能性のある事業だと実感しています。



Q6

会社の雰囲気も大きく変わったとおっしゃっていましたね？

そうですね。地元で長くやっているガス屋ということで、それまでは古くから働いてくれているベテラン社員で会社が回っていましたが、その一方で次の世代がなかなか入ってくれない、入社しても育たず、定着しないという問題がありました。

今思えば、昔ながらの事業のあり方を変えようとしてこなかったからだと思います。

新しい事業を柱に据えられたおかげで、社員の子供が成人して「くさかで働きたい」といって入社してくれたり、私の息子も戻ってきてくれたりと、今では着実に新しい世代が定着して育つ環境が出来上がっていると感じます。

若い人材がやりがいや成長を感じられる環境、挑戦できる社風に生まれ変わってきた点も、取り組みをして良かったなと感じている点ですね。



機器交換&リフォームで業績アップに成功した事例が他にも多数！

成功事例

取り組み1年半でリフォーム売上1億円達成！

ガス事業とは別に事業の柱を作るべく、リフォーム事業に参入しました。住まいに関するお困り事を解消したいお客様は思ったよりも多く、取り組み1年半で売上高1億円を達成できました。

岐阜県中津川市

有限会社岡庭設備燃料 店長 岡庭 光史 氏



成功事例

ガス屋としての強みが生きる事業だと思います。

ガスのOB様から水廻り機器の修理や取替えを依頼されて、少なからず対応の実績があったので、リフォーム事業を今後の柱にしていこうと考えていました。近隣地域には、家電量販店などリフォームに先に取り組んでいる会社がありましたので、差別化する戦略として、機器交換リフォームに特化しました。不安もありましたが、今では安定して月に40件を超える依頼が来るようになり、ガスに代わる事業として芽が出てきました。今後は2店舗目の出店も視野に入れて、この事業を成長させていきたいと思っています。



福井県福井市

西部燃料株式会社

代表取締役 畑下 徳洋 氏

成功事例

将来に希望が持てる事業になりました。

機器交換に特化したリフォーム専門店を出店して3年が経ちました。機器交換という少額で発生しやすいリフォームを扱うことで、OBさんからリピートが増え、新規と合わせて月60～70件見積依頼を頂くようになりました。今では月の見積金額は平均して1,500万円程になって、売上も右肩上がりで伸びています。今後も期待の出来る事業になったと思っています。

宮崎県宮崎市

岡崎石油株式会社 代表取締役 岡崎 勝信 氏



お申込みはこちらからお願いいたします →

083739 船井総研 1Dayリフォーム 検索



スマホから
簡単にお申込み
いただけます。



**紙上
講演**

プロパンガス会社の勝ち残り戦略！
リフォーム会社や工務店と競合しない
「機器交換&リフォームビジネス」

これだけ読めば
すぐわかる！

5つの成功ポイント解説！



株式会社 船井総合研究所 リフォーム支援部
Reformビジネスグループ マネージャー

齋藤 勇人

ここまでレポートをお読みいただき、ありがとうございます。

(株)船井総合研究所 の齋藤勇人と申します。今回ご紹介した事例のように、地域のプロパンガス会社が勝ち残るための戦略は、「顧客基盤を活かしながら、今から参入しても商圈内 1 番を狙える空白マーケット」に専門特化することです。そしてその中でも、

- ① **本業と親和性が高いビジネス**
- ② **市場に競合が少ない、大手が入らない領域**
- ③ **地域のニーズが高く、集客が見込める市場**
- ④ **人材のスキルや経験に依存せず売れる商品**
- ⑤ **低投資でなおかつ、即業績が上がって回収が早い**

という要件を満たす戦略を選択するのが成功のポイントです。

その中でも、本紙でご紹介した 株式会社 くさか 様の戦略を整理すると、

**客単価10～20万円、給湯器・トイレ・コンロなどの
1 日で出来る機器交換に専門特化したリフォーム事業、
“1 Dayリフォーム”ビジネスモデルです。**

① 本業と親和性が高いビジネス

地域密着のガスショップの多くが、お客様から頼まれてガス機器や水廻り設備の交換をすでに請け負っていることでしょう。すでに一般のお客様の住宅に入り込めている皆様は、住宅リフォームのニーズをお客様から直接引き出すことができる数少ない業種です。リフォーム事業に本格的に取り組むことで、これまで“片手間”で拾い上げてきたリフォームの仕事を、単独事業として収益性のあるものに変えることができます。また、これまで本業で大事に蓄積してきた顧客名簿を、2倍、3倍の財産へと高めることに繋がるのです。

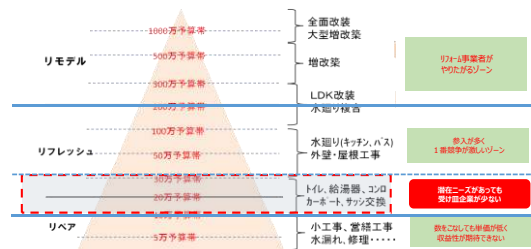
② 市場に競合が少ない、大手が入らない領域

リフォーム事業が本業と親和性が高いと言っても、大手リフォーム会社や工務店と競合してしまえば、お客様に自社が選ばれる可能性は低くなります。しかし、大手リフォーム会社や工務店は単価100万円、1000万円級のリフォームを中心に事業を展開しており、単価10万円、20万円の小工事を「効率が落ちるから」という理由で対応を避けたり、後回しにしたりする傾向が強いのです。



③ 地域のニーズが高く、集客が見込める市場

そのため、お客様側からすると「工務店に頼んでも嫌な顔をされるし、なかなか対応してくれない」ということで、「困っているのに、どこに頼んで良いかわからない」というニーズが高い市場になっているのです。商圈が広い大手企業や工務店にとっては効率が悪い10万円、20万円単価の小工事リフォームも、商圈を絞って効率的に仕事をこなすことでしっかりと手堅い利益を確保することができます。



④ 人材のスキルや経験に依存せず売れる商品

本格的な増改築リフォームとなると、建築系資格や経験がなければお客様に対してまともに営業することさえできません。一方で、単価10万円、20万円の機器交換リフォームであれば、工事もパッケージ化することで見積を簡単にすることができ、工事に、工事内容自体がシンプルなので、素人でも数ヵ月間で工事を覚えて管理することができます。



⑤ 低投資で、なおかつ即業績が上がって回収が早い

機器交換中心のリフォームなので、大手のような大きなショールーム等は必要としてません。地元商圈を対象とした月数回のチラシ販促主体でも十分に集客でき、1日で終わるので受注～売上のサイクルも早い（受注から入金まで1ヵ月以内）という点も、1 Dayリフォームの大きなメリットです。



レポートをお読みいただいた経営者様への特別なご案内

プロパンガス会社の新しい事業基盤をつくる！
短期間で成功する方法を大公開！
具体的ノウハウをたった1日に凝縮！

ガス会社の選んだ未来

地方プロパンガス会社の生存戦略セミナー

参加しやすいオンライン開催 【時間】13:00～16:30（12:30～ログイン開始）

2022年3月26日（土）・28日（月）・30日（水）

お忙しいなか、レポートをお読みいただき、ありがとうございます。

このレポートでご紹介したビジネスモデルは、あなた様のような意欲のある経営者であれば、すぐに実現できます。しかしながら、順序やアプローチ手法を間違えてしまうと、いつまで経っても成果が出ません。

最短期間で成果を出すためには、力をかけるべきポイントを明確化して、取り組むことが大切です。

今回のセミナーでは、レポートでもご紹介した成功モデル企業様をゲスト講師にお招きし、1日で成功手法のすべてがわかるようにプログラムを構成しておりますので、一見の価値があることは間違いありません。

このセミナーで学ぶことのできる内容のほんの一部をご紹介します。

戦略づくり

1. 全国の中小プロパンガス会社の取り組みを分析して見えてきた「将来性のあるビジネスモデルを選ぶ上での重要ポイント」
2. ガス顧客基盤を活かして収益アップに繋げているビジネスモデル事例
3. 若い人材が育つ、活躍する会社になるための条件
4. 大手に負けない、地方ガス会社の強みを活かすビジネスモデル

集客力アップ

1. リフォーム会社や工務店と競合せずに
機器交換リフォームを1件1万円で安定集客するチラシ販促
2. 500件の顧客名簿から毎月30件のリピート依頼を生み出す仕組み
3. オープン2日間で100組の来店を実現するオープンイベント販促
4. 7万人の小商圈で月2000万円超の見積を安定獲得する
プロパンガス会社が取り組んでいるマーケティングの全貌

商品・利益率

1. リフォーム粗利率25%未満の会社は必見！設備仕入れ改革手法
2. 面倒な見積をせずに利益を確保できる
商品+工事費込みパックリフォームの作り方
3. リフォーム会社と競合しても粗利率35%で受注できる
工事原価コストダウン^秘テクニク

営業力アップ

1. 大手やリフォーム専門店に負けないための3つの差別化ポイント
2. 売れる営業は実践している、価格勝負にならない商談の進め方
3. 営業未経験でも年間4000万円受注する営業ツールと使い方
4. 顧客の2人に1人が毎年リピートするアフターフォロー対応の極意

このような内容を、**3時間半**かけてたっぷりとお伝えする予定です。

質疑応答の時間もお取りしますので、疑問に感じることはその場で解消していただけます。また、**個別無料相談**の特典もございますので、当日でも後日でもご相談いただけます。

ますます市場環境が厳しくなる中、**リフォーム事業の新規立ち上げ事例**や**プロパンガス会社に特化した成功ノウハウ**を完全公開する本セミナーはまたとない機会ではないでしょうか。

このセミナーにかかる投資額ですが、今回は“志が高い経営者様”に参加していただきやすい料金設定としました。一般の方でも1名様わずか税抜10,000円（税込11,000円）です。

実践すれば**毎月数百万円の粗利につながるノウハウ**ですから、正直破格といっても過言ではないでしょう。年に1度きり、たった半日のセミナーを活用して新しい業態へと進化していくのか、それとも先延ばしにして「目の前のことで精いっぱい」

という負け組企業になるのか・・・。

今回のゲスト講師にご登壇いただけるチャンスは

この次いつになるかわかりません。

どうぞ、この機会をお見逃しなくご参加ください。

株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部
Reformビジネスグループ マネージャー

齋藤 勇人

ガス会社の選んだ未来 地方プロパンガス会社の生存戦略セミナー

講座内容& スケジュール

2022年 3月26日(土)

申込期日3月22日(火)

3月28日(月)

申込期日3月24日(木)

3月30日(水)

申込期日3月26日(土)

13:00~16:30 (ログイン開始: 12:30~)

オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。

Zoomご参加方法の詳細は「船井総研web参加」で検索

一般価格: 税抜 10,000円 (税込11,000円) / 一名様

会員価格: 税抜 8,000円 (税込8,800円) / 一名様

講座

セミナー内容

地方プロパンガス会社の未来、明暗を分ける戦略の違いとは

第1講座

13:00

~

13:50

- ポイント① 同業者間での**共存共栄は続かない!**? 今が新規事業立ち上げのチャンス
- ポイント② 既存人員でも取り組めて、黒字化の早いビジネスに投資する
- ポイント③ ガス顧客に依存せずに**オープンマーケット**で勝てるビジネスモデルを選ぶ

株式会社 船井総合研究所 リフォーム支援部 Reformビジネスグループ
1DayReformチーム チーフコンサルタント 坂本 麻衣子

国際会計学修士 (MBA) を取得後、株式会社船井総合研究所に新卒で入社。入社後は、会計士・弁護士業界のマーケティングを経て、住宅リフォーム会社の経営コンサルティングとwebマーケティングに従事。チラシとWEBとの連動を用いた集客戦略の立案はもちろん、ショールームづくりや社員の育成までコンサルティング内容は多岐に渡る。船井総研が得意とする「現場に行き、即座に現状を把握し、提案、そして業績向上に繋げる」という現場主義・即時業績アップの実現に取り組んでいる。



ゲスト 講師

第2講座

14:00

~

14:50

衰退する地方商圏で成長を続けるLPガス会社が取り組んだこと

- ポイント① **オープンマーケットで選ばれるためのマーケティング方法**
- ポイント② 大手やリフォーム会社にも**負けない商品づくりや販促方法**
- ポイント③ 既存社員をリフォームでも活躍できる営業マンに**育てた仕組み**

株式会社くさか 代表取締役 **日下 英明** 氏

ガス会社として2代目。大学卒業後、岩谷産業の堺LPGターミナルに就職し、電気とガスの仕事に従事。5年間勤務し、1985年に戻る。将来のガス収益減少への対策として住宅設備のリフォームを本格的に事業化し、2016年には本店事務所を設備機器展示のショールームにリニューアル。ガス売上を上回る年商の事業へと成長させる。



株式会社くさか様の生存戦略が成功した要因と成功のポイント

- ポイント① **未経験でも売りやすく、粗利を残せる「機器交換パック商品」の作り方**
- ポイント② 1店舗で月70件の集客を実現する販促手法 (チラシ、WEB、DM)
- ポイント③ 2年で投資回収、**営業利益率10%**のビジネスモデルの全貌

株式会社 船井総合研究所 リフォーム支援部 Reformビジネスグループ
1DayReformチーム 佐藤 璃乃

法政大学法学部卒業。父の経営する会社を見て育ち、中小企業経営者の右腕を目指し、新卒で船井総合研究所に入社。入社後は家業でも展開している住宅リフォームを専門領域とし、特に地方商圏や小商圏でも参入可能なビジネスモデルの立ち上げを得意分野としている。また、販促手法やWebマーケティングにも精通している。経営者に寄り添い、想いを形にすることをモットーに日々即時業績アップを実現している。



まとめ講座

16:00

~

16:30

今後生き残る強い会社モデルチェンジするための条件

株式会社 船井総合研究所 リフォーム支援部 Reformビジネスグループ マネージャー 齋藤 勇人

お申込みはこちらからお願いいたします →



右記のQRコードを読み取っていただきWEBページのお申込みフォームよりお申込みくださいませ。WEBページにはもっと詳しい内容と特典がおりますので、ぜひご覧ください。

お申込みに関してのよくある質問は「船井総研 FAQ」と検索してご確認ください。
<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/083739>



TEL: 0120-964-000
(平日9:30~17:30)

083739 船井総研 1Dayリフォーム

検索

