中小プロパンガス業事業者 必読！

ガス機器販売で

儲かる会社 儲からない会社

1人あたり売上 4,000万円!?
平均粗利率 40%超え!?
1拠点で営業利益 1,000万円!?

何が違うのか？

「機器交換リフォーム専門店」をオープンして、
ガス取引のない新規客からの問い合わせが急増!

スタッフ3名で売上は1億円!

関西プロパン瓦斯株式会社（三重県）

ゲスト講師

代表取締役社長
石井 智之氏

「給湯器交換専門店」が地方商圏で大ブレイク
以前は儲からなかったガス機器交換の仕事が、

40%超え（平均粗利率）の高収益事業に変貌!

株式会社JAエネルギー兵庫（兵庫県）

代表取締役社長
玉田 和浩氏
※登壇はございません。

無料レポート

ガス収益依存からの脱却に成功した注目企業
取り組みの詳細は中面のレポートをお読みください！

Web開催 2023年3月6日(月)・7日(火)・8日(水) 13:00～16:30（ログイン開始12：30～）

※全日程、全て同内容での開催です。ご都合のよい日程をお選びください。

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

主催
明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken
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

【Webセミナー】給湯器専門店ビジネスモデルセミナー お問い合わせNo.S093506
船井総研セミナー事務局 E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp
※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。）→ 093506

ガス機器の交換工事で営業利益率10％
1拠点2～3名で売上1億円、粗利4,000万円

しかも、人口10万人程度の小さな商圏で
そのようなビジネスモデルに取り組んで成功する、
中小LPガス店・ガス工事店が現れ始めている。

「ガス機器の交換で、なぜそんなに儲かるのか？」

そのような興味を持ってくださった皆様に向けて、
小商圏でも高収益なガス機器交換ビジネスのつくり方と、
それを実践して業績アップに成功したLPガス会社と
ガス工事会社の事例をご紹介させていただきます。

その前に少しだけ想像してみてください。

□もし全てのお客様が車で15分圏内に集約されて、
　移動が効率化したら・・・

□もしその15分圏内で、一人あたり粗利120万円／月
　を安定的に稼げたら・・・

□もし自社の得意なガス機器交換工事だけで、
　それだけの収益を上げることができたら・・・

□もし単価20万円、粗利率40％（8万円）、
　一日で完結する効率的な仕事がもっと増えたら・・・

□その結果、社員一人ひとりの生産性が向上して、
　物心両面でのさらなる満足に繋がったら・・・

そうなればおそらく、
既存の事業基盤と人材を活かしながら、
劇的に生産性を高めることができるのではないでしょうか？
今からご紹介するのは、そんな「もしも…」を実現した
事例企業の取り組みインタビューです。

それでは次のページ以降をご覧ください。

成功事例インタビュー 1

プロパンガス会社が「機器交換リフォーム専門店」をオープンして、ガス取引のない新規客からの問い合わせが急増！

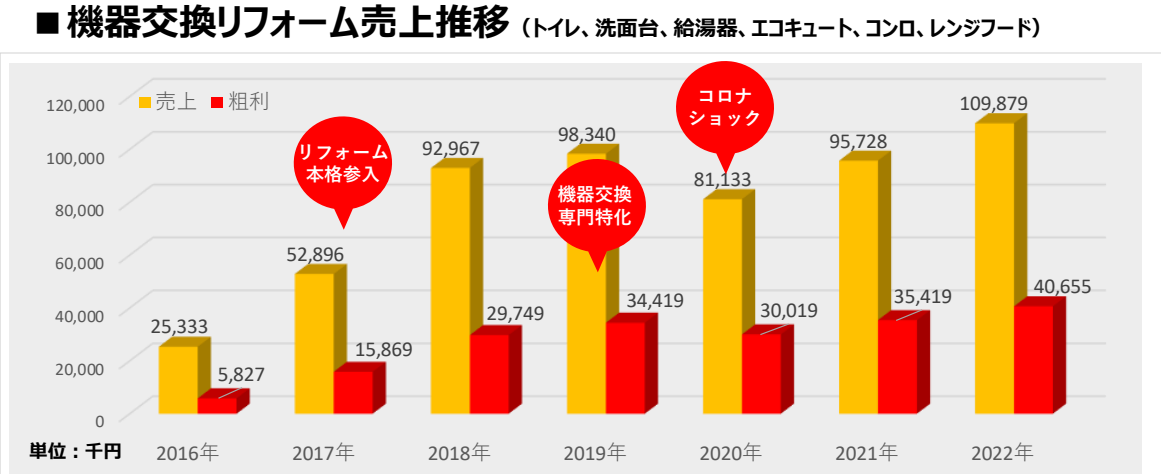
スタッフ3名で機器交換リフォーム売上＋1億円

代表取締役社長

石井 智之 氏

関西プロパン瓦斯株式会社（三重県津市）

■機器交換リフォーム売上推移（トイレ、洗面台、給湯器、エコキュート、コンロ、レンジフード）



インタビュアー
船井総合研究所
リノベーション支援部
1DayReformチーム
リーダー　稲川茂樹

石井 智之氏のプロフィール
三重県津市出身。大学卒業後の1999年、大手物流会社に入社。2004年に関西プロパン瓦斯株式会社に入社。ガス営業、所長、部長を経て、2012年に同社の代表取締役に就任。当初はLPガス販売を中心に事業を展開していたが、市場の縮小に備えるべく新規事業として介護事業、リフォーム事業を立ち上げた。工務店やリフォーム会社との差別化を図った上で収益性の高いビジネスモデルを追求する中で、給湯器・ガス機器交換に特化した専門業態を確立し、取り組み翌月から販売台数を前年比3倍以上に増やすことに成功。

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

もともとガス機器交換は“儲かる仕事”ではなかった

稲川）　人口10万人弱の小さな商圏で、
ここまでガス機器交換で増収増益に成功したのは素晴らしいですね。
どのような経緯でこのようなビジネスモデルが完成したのでしょうか？

石井社長）　当社はもともとLPガスが収益の中心でしたから、
市場規模そのものが縮小していく中で、
新しい主力事業を立ち上げなければという焦りがありました。
その中で、多くのガス屋さんがそうであるように
リフォーム事業に着手したのですが、なかなか軌道に乗りませんでした。

ガス機器の交換工事は、ガス屋である私たちにとって
最も得意な工事ではありましたが、ほとんどがガスを販売している
顧客からの工事依頼だったこともあり、
「ガスを契約してくださっているから・・・」というお付き合い価格で、
粗利はわずかなものでした。

また、10万円の機器交換だろうと100万円の浴室リフォームだろうと、
商談にかかる手間はほとんど一緒でしたから、
薄利である上に、単価も小さくて手間もかかる。
どちらかというと「やればやるほど儲からない工事」
という位置づけのものでした。

ですから、リフォーム立ち上げ当初はどうしても
100万円、200万円という単価が高い工事を欲しがっていました。

でも、やっぱり母体がガス販売店の当社に、
そういった高単価のリフォームの相談をしてくださる
お客様はコンスタントには現れなかったんですね。

そんなわけで、低単価のガス機器交換工事でも
収益性のある事業にする方法を模索するしかなかったんです。

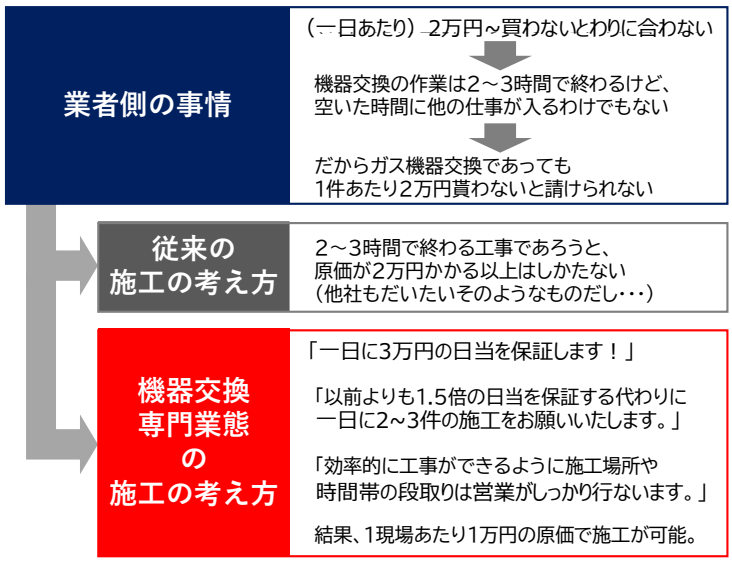
© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

工務店・リフォーム会社が取り組まないコストダウン手法

石井社長）　まず粗利率を上げないことには、
どれだけ数を販売しても一生利益は出せません。
しかし、給湯器やコンロの交換では、
当然ながらプランや施工方法では差別化できません。

安売りはしたくはありませんが、
コストで他社より優位に立たないとお客様は集まらない・・・。

そこで私たちは、「一日あたりの工事数を増やす」という選択をしました。
以前の当社も含めて、多くのリフォーム会社はお客様の都合に合わせて
工事日程を決めて、そこに協力業者や
自社の施工スタッフを手配しますよね。



このやり方だと、給湯器の交換は通常
2時間で完了するのに、それ以外の
時間が空きになってしまうことが
少なくありません。（でも外注先の
日当や施工スタッフの人件費は
一日分かかる・・・）

そこで、当社では「一日2～3現場施工」を
前提に、施工スタッフの一日の工事枠を9時～11時、13時～15時、
16時～18時と3つに分けて、「空いている枠の中からお客様に
工事日時を選んでいただく」というスタイルに変えたわけです。
そうすると、外注であっても社員であっても、一日分の日当（つまり工事原価）を1現場あたり1/2～1/3に抑えて工事することができます。
そうすることで、他社より安い価格でも、実は粗利率は35％、40％、
45％・・・と確保できるようになりました。

となると、次に課題になるのは
「その枠を埋めるだけの仕事をつくれるか」でした。

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

自動車15分圏内、人口10万人弱の商圏でも給湯器・コンロ交換を毎月30件以上集客できた理由

稲川）　たしかに工事体制の理屈はよくわかりますが、
肝心の工事が埋まらなければ、コストダウンは机上の空論ですよね。
いったいどのようにして、工事枠が埋まるほど集客ができたのでしょうか？

石井社長）　これは私自身もその結果に驚いたのですが、
結論から言うと「さまざまな媒体で“専門店らしさ”を訴求したら
反響が劇的に増えた」という感じです。

まずわかりやすいのがチラシ販促で、
見ていただければわかるように、
商圏内のどのリフォーム会社や
ホームセンターよりも給湯器の
アイテム数が多いチラシにしています。
表面がすべて給湯関連ですから、
専門性が伝わりやすいかなと。

チラシに興味を持ったお客様でも、
すぐに電話や来店をするのではなく、
検索して「どんな会社かな？」と
調べる方は少なくないので、
「給湯市場」という専門ブランドを
打ち出した専用ページも設けました。

さらに大事なのが「店舗」です。
「機器交換と言えども“実物を見て、
話を聞いて選びたい」というニーズは
意外と高いようで、ガス機器を
実物展示した小さなショールーム店舗
でも、それがない時と比較して2倍以上の集客数アップにつながりました。

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

「儲かる売り方」と「儲からない売り方」がある そこに気づいて、実行できるかどうかが最大のポイント

稲川）　お客様を集めるマーケティングの戦略と、集まったお客様に適正な粗利率で喜んで依頼していただける商品戦略や、営業戦略がしっかりと噛み合ったからこその成果というわけですね。

石井社長）　おっしゃるとおりだと思います。
いわゆる「専門店らしさ」を訴求するだけでは
ただ反響が増えるだけで、契約率や利益率は
決して十分とは言えない結果に終わったと思いますし、
逆に商品の原価や利益率設定を考えたところで、
お客様が来なければ何も結果には結びつかなかったと思います。

「儲かるやり方」というのは1つではないと思いますが、
ひと握りしか存在しないものだと思います。
ですから、一貫性を持ったビジネスモデルとして考え、
取り組むことが大切なんだなと思いました。

	給湯器・ガス機器交換で 儲かる会社	給湯器・ガス機器交換で 儲からない会社
顧客	50代～70代の持ち家世帯 （上手に買い物したい、でもインターネットで 価格だけで選ぶのは不安）	自社の既存ガス供給先
商圏	商圏人口7万人～18万人 （持ち家世帯2万世帯～4万世帯、 自社から車で片道15～20分圏内）	商圏発想なし （車で片道1時間以上かかる既存顧客にも訪問）
業態	給湯器・機器交換リフォーム専門店 としてお客様に認知されるような業態づくり	本業の範囲で、あるいは片手間で販売
店舗	「専門店」が伝わる看板、店構え、売り場設計 （小さくても良いので機器の実物を展示してある →”実物が見られる”の効果は意外に大きい）	業態としての看板や売場はなし
商品	材工込みの明瞭価格設定 集客商品～収益商品を予算帯ごとに幅広く品揃え	品揃えの打ち出しがない 価格も都度見積もり
販促	専門店としてのチラシ・ホームページ・店舗 （3つを複合的に実施）	特に実施していない チラシだけ、既存客向けのDM送付だけ、など
営業	スピード対応、その場見積もり、来店商談による 高効率な営業スタイル	現調訪問、見積作成、見積提出で1つの案件に 複数回訪問しなければならない
施工	一日2～3現場施工を前提とした受注をするため 1件の施工にかかる工事原価を抑えられる	同業他社やリフォーム店と変わらない施工スタイル なので、利益率や価格力での差別化ができない
粗利率	40%～45%	20%～25%

同じ商材でも、
ビジネスモデル
の枠組みが
変わるだけで、
結果は全く
違ったものになる

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

給湯器・コンロ専門店に取り組んだ結果、給湯器販売台数3倍！粗利率45％を達成！

石井社長）　そのような発想のもとで進めた給湯器・コンロ専門店は、
販促初月から効果が目に見えて出てきました。
以前は冬でも5～6台程の販売台数だった給湯器は、
初月からいきなり15台が売れたのです。

そして何より効果を感じたのが、
実際に粗利率が40％を超えることができたことです。

多くのガス屋さんでは、給湯器やコンロを安く販売することもあって、
粗利率は20％台になることもザラかと思います。
それを専門店化をすることで粗利率も飛躍的に上がり、
思った以上の成果を出すことに繋がりました。

私たちが成功できたと考える要因は、
「専門店」と「スピード対応」にあったと考えています。
まず専門店についてですが、給湯器販売でも地域で
一番安心で頼みやすいお店にしなければなりません。
そこで取り組んだのが、「給湯市場」という専門ブランドだったのです。

給湯器やコンロと言ったガス機器は
「壊れたらすぐ直したい」というのがお客様の気持ちです。
そういった時に当日伺って確認したり、
早ければ当日施工することも可能であることは
非常に強みになるのです。

専門店を立ち上げる中で、
そういった体制も整えることができたことが成功の要因と考えています。

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

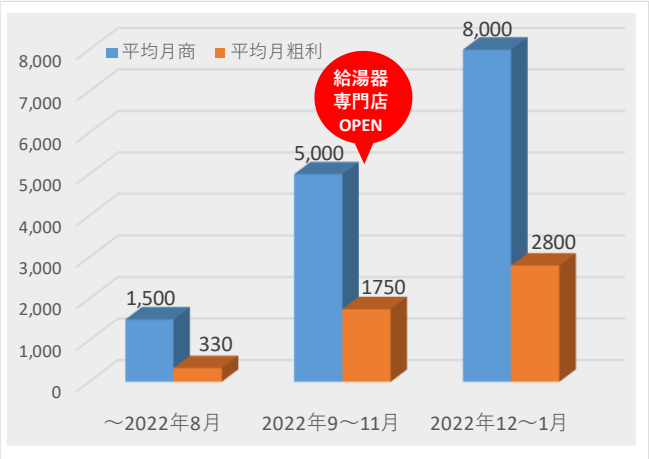
成功事例インタビュー 2

「給湯器交換専門店」が地方商圏で大ブレイク
以前は儲からなかったガス機器交換が、
平均粗利率35％超えの高収益事業に変貌！

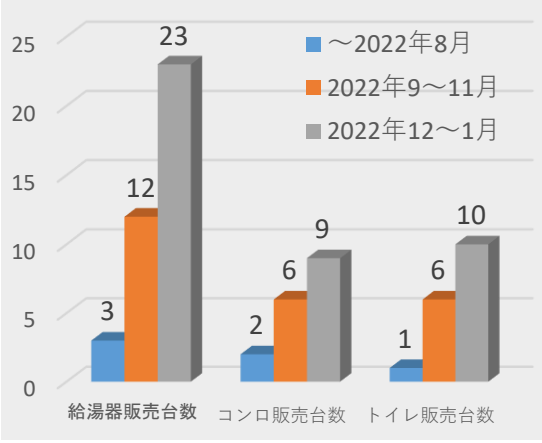
代表取締役社長
玉田 和浩 氏

株式会社JAエネルギー兵庫（兵庫県神戸市）

■月商の推移（1店舗2名体制）



■ガス機器等の月間販売数推移



インタビュアー
船井総合研究所
リノベーション支援部
シニアコンサルタント
坂本麻衣子

玉田 和浩氏のプロフィール
JAグループ会社として、LPガス【クミアイプロパン】やガス機器の卸小売事業を展開。JA組合員をはじめ、一般消費者、飲食店や公共施設等を含め兵庫県下で約29,000 戸にサービスを提供している。
LPガス収益への依存から脱却して、新しい収益事業を模索する中で、給湯器をはじめ生活に欠かせない「お湯」に関する機器交換の専門店【お湯タロウ】を開設。従来のLPガス顧客以外のエンドユーザーに向けてマーケティングを展開した結果、ガス機器交換の引き合い数は以前の3倍以上に増え、高収益なビジネスモデルへと進化した。

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

予想を遥かに超えた、「給湯器専門店」の快進撃！

坂本）　給湯器専門店「お湯タロウ」が、オープン直後から順調に売上を伸ばしているかと思います。まず、どのようなきっかけでこの事業に取り組み始めたのでしょうか？

玉田社長）　最初のきっかけは、船井総合研究所からガス会社向けのリフォーム事業参入セミナーのDMが届いたことでした。

その中で「ガス会社は“ゆでガエル”になってはいけない」
というメッセージに深く共感して、

「確かに、いまは既存事業で特に問題なく経営を維持している。
しかし現状維持を続けていたら、行きつく先は手遅れ状態に違いない。」
という危機感を強くしたのを覚えています。

ガス機器交換を中心としたリフォームビジネスであれば、
規模は小さくても自社で既にやっているサービス内容です。
だからすぐに取り組めるはずだと思って行動する決意をしました。

当社の社長任期は5年。この時が就任1年目だった私は、
若い社員が頑張ってくれているのを見ているだけに、
この若い世代の未来の仕事をつくらないといけない！
という気持ちを持っていたことも、この決断を後押ししてくれました。

実は、そんな私の気持ちとは裏腹なエピソードもあります。
社員にこの話をした時には、賛同してくれる社員もいましたが、
猛烈に反対してくる社員も少なからずいました。
「皆の未来のためにやろうと言っているのに・・・。」
というやるせない気持ちにもなりましたが、
意欲的な姿勢の若手社員がいてくれることに希望を持って、
既存の社員と、新たに採用した人材を併せた体制で、
事業を立ち上げることにしました。

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

平均粗利率35％を可能にした仕入れ＆施工体制改革

坂本）　既に取り組んでいたサービスと言っても、従来はLPガスの顧客からの工事依頼がほとんどでしたよね。当時の粗利率は「20％あれば良いほうだった」とおっしゃっていましたが、それをどのようにして高粗利なサービスに変えることができたのでしょうか？

玉田社長）　いくら粗利率を高く取ろうとしても、価格が高くては受注できるわけがありません。ですから、最初に取り組んだのは「仕入れルートの見直し」と「協力業者の開拓・交渉」でした。

まず仕入れについては、それまで地元で付き合いの長い問屋1社のみに頼っていた状態から、複数の仕入先を比較して、商材ごとに得意な問屋を使い分けるように交渉をしました。

もちろん、ただ比較するだけではありません。新規事業への熱意や販促などの投資規模、そこから目指そうとしている年間売上額や販売目標数を同時に伝えることによって、「そこまで言うならぜひ協力させてもらいます！」と応援してくれる仕入れ先が出てきました。

施工に関しても同様に、まずはメーカーや既存の協力業者に紹介してもらって、複数の職人さんと面談をさせていただきました。ここでも将来のビジョンや売上目標、年間発注金額の目標などを伝えることで、「とにかく単価を安く、もっと安く・・・」という値切りのような交渉ではなく、お客様も、協力業者も、自社も3者ともにWin-Win-Winの関係を前提とした単価への協力をしていただくことができました。

仕入れにしても施工原価にしても、交渉のやり方で従来の2/3以下にまでコストダウンできるとは思っていなかったので、これには驚きました。

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

マーケティングを成功に導いた3種の神器
自社ショールーム・専門店チラシ・専門店ホームページ

坂本）　そういった入念な準備をなさって臨んだオープンの結果は
いかがでしたか？

玉田社長）　大盛況だったと思います。
人口5万人弱の小さな商圏で、オープンイベントの4日間だけで
合計来場数が150組、見積もり提出に至った数が50件、
金額にすれば約1300万円ありましたから。

さらにオープンイベント翌日以降の1ヵ月間で、
42件、800万円以上の商談が生まれたのも合わせると、
1回のオープン販促（費用はおよそ50万円）で、
2000万円以上の案件が発生したということになります。

月商は以前の100～200万円程度から、
一気に500万円、800万円と上がってきました。

商品の利益設定や売価設定をしっかりと練っていたので、
お客様が集まってくれれば、受注することはそこまで難しくありません。
その点で言うとやはり、この集客を可能にしたマーケティングの
効果にも驚きました。

給湯器専門店「お湯タロウ」
の業態を打ち出したチラシ、
ホームページ、ショールーム
の3つが連動したことで
それまでとは比較にならない
ほど、新規のお客様からの
問い合わせが安定的に
増えたと思います。

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

紙上講演

ガス販売店・ガス工事店のための高収益ビジネスモデル「給湯器・ガス機器交換専門店」

5つの成功ポイント解説！

株式会社船井総合研究所
リノベーション支援部　Reformビジネスグループ　マネージャー　齋藤 勇人

先のページまでにご紹介した事例に共通するのは、

課題

☑もともと給湯器やガス機器の交換工事はやっていた
☑既存客からの依頼は、“お付き合い価格”で薄利工事であった
☑お客様から頼まれれば、移動で30分、1時間かかっても対応していた
☑さらに件数もそこまで多くなく、決して儲かるとは言えない仕事だった

アクション

☑既存事業と切り離して、ガス機器交換に特化したブランドを立ち上げ、
☑既存客以外の一般消費者(主に持ち家の50代以上)もターゲットにすることで、
☑商圏を自動車20分圏以内(持ち家2世帯以上)に絞って稼働効率を高め、
☑お客様に「専門店感」が伝わるように店・ホームページ・チラシを整え、
☑反響を呼び込む「入口商品」と、利益を上げる「出口商品」を分けて、
☑「一日2～3現場施工」を前提とした施工体制に変えて利益率を高め、
☑売り筋商品を分析してロット仕入れ、在庫にすることで仕入原価を下げ、
☑高集客・高粗利・高受注率・高回転で高生産性のビジネスモデルにした

結果

その結果、1拠点あたり2～3名の社員で年商1億円、粗利率40%、
営業利益7～15%の高収益な新規事業が立ち上がったというものです。

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

これらの事例を踏まえて考えると、ガス機器交換をビジネスモデルとして儲かる事業にするためには、以下のポイントを押さえると良いでしょう。

	給湯器・ガス機器交換で **儲かる会社**	給湯器・ガス機器交換で **儲からない会社**
顧客	50代～70代の持ち家世帯 （上手に買い物したい、でもインターネットで 価格だけで選ぶのは不安）	自社の既存ガス供給先
商圏	商圏人口7万人～18万人 （持ち家世帯2万世帯～4万世帯、 自社から車で片道15～20分圏内）	商圏発想なし （車で片道1時間以上かかる既存顧客にも訪問）
業態	給湯器・機器交換リフォーム専門店 としてお客様に認知されるような業態づくり	本業の範囲で、あるいは片手間で販売
店舗	「専門店」が伝わる看板、店構え、売り場設計 （小さくても良いので機器の実物を展示してある →”実物が見られる”の効果は意外に大きい）	業態としての看板や売場はなし
商品	材工込みの明瞭価格設定 集客商品～収益商品を予算帯ごとに幅広く品揃え	品揃えの打ち出しがない 価格も都度見積もり
販促	専門店としてのチラシ・ホームページ・店舗 （3つを複合的に実施）	特に実施していない チラシだけ、既存客向けのDM送付だけ、など
営業	スピード対応、その場見積もり、来店商談による 高効率な営業スタイル	現調訪問、見積作成、見積提出で1つの案件に 複数回訪問しなければならない
施工	一日2～3現場施工を前提とした受注をするため 1件の施工にかかる工事原価を抑えられる	同業他社やリフォーム店と変わらない施工スタイル なので、利益率や価格力での差別化ができない
粗利率	40%～45%	20%～25%

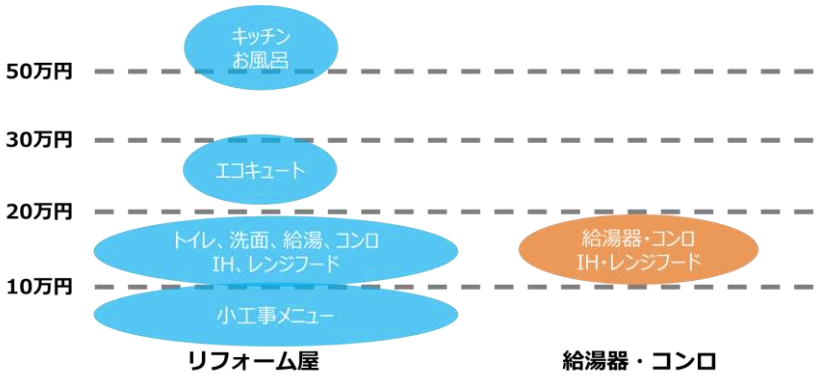
では、なぜ今になってガス機器交換に専門特化した業態が伸びているのでしょうか？また、このビジネスモデルに今後の将来性や持続的な成長性はあるのでしょうか？次のページで、これらの疑問を解消していきます。

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

市場　給湯器・コンロ専門店が今“売れに売れまくる”その理由とは？

競合他社がいないブルーオーシャン市場

給湯器・コンロ専門店では、さまざまなリフォーム商品の中でも、**「給湯器・エコキュート・コンロ・IH・レンジフード」**を取扱いのメイン商品に絞り込んで専門特化しています。これらの商品は他のリフォーム店・ガス会社でも取り扱っておりますが、専門店として取り扱っている会社はほとんどない、無競合の市場です。
専門特化することで、片手間でしか取り扱っていないお店と差別化を図ることができ、自然とお客様が集まるようになっています。



集客　新規獲得も簡単！なぜこんなに集客可能？専門店としての集客手法

ショールーム×チラシ×Webを一致させる販促術

取扱い商品が少ない中、専門店として他社との違いを際立たせるためには、**「ショールーム×チラシ×Web」**の連動が重要になります。展示品、チラシ掲載商品・Web掲載商品を一致させることです。お客様は、実は実物を見たいと考えている上、給湯器が壊れたらどこに頼んで良いかわかっていません。
上記戦略を採ることで、市場が求めている製品を売り出す**“マーケットイン”の**発想で取り組め、安定集客を続けることが可能になるのです。

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

収益　粗利率40～45％を実現！その秘訣は“ガス屋さんだからこそ”

高粗利率の秘訣は、スピード対応＆自社施工

「給湯器・エコキュート・コンロ・IH・レンジフード」は緊急性を要する工事になることは、お読みいただいている皆様もご理解いただけるかと思います。このような緊急性を要する商材は、安さ・営業力＜すぐ解決できることを求められます。つまり粗利を取って値段が多少高くなっても、お客様は選んでくれるのです。スピード対応に至っては、ガス会社の対応に勝るリフォーム店は多くありません。
また、右の表は外注施工の場合のモデルを掲載していますが、ガス会社であれば自社でガス工事ができる会社も少なくなく、その場合は粗利率50％超を目指すことも可能になります。

施工外注モデル

月間モデル		数値	備考
月間	売上高	7,800	現調52件
	粗利益	3,276	
	粗利率	42%	自分施工
	営業人件費 ※福利厚生込	1,000	営業：2名 事務：1名
	販促費（チラシ）	600	1枚5円
	販促費（Web）	105	1現調1.5万円
	営業経費	200	100千円/人
	地代家賃	200	
	その他	300	100千円/人
	販売管理費合計	2,405	
	営業利益	871	11.2%

将来　ガス機器だけにとどまらない！先を見据えて成長し続けられるモデル

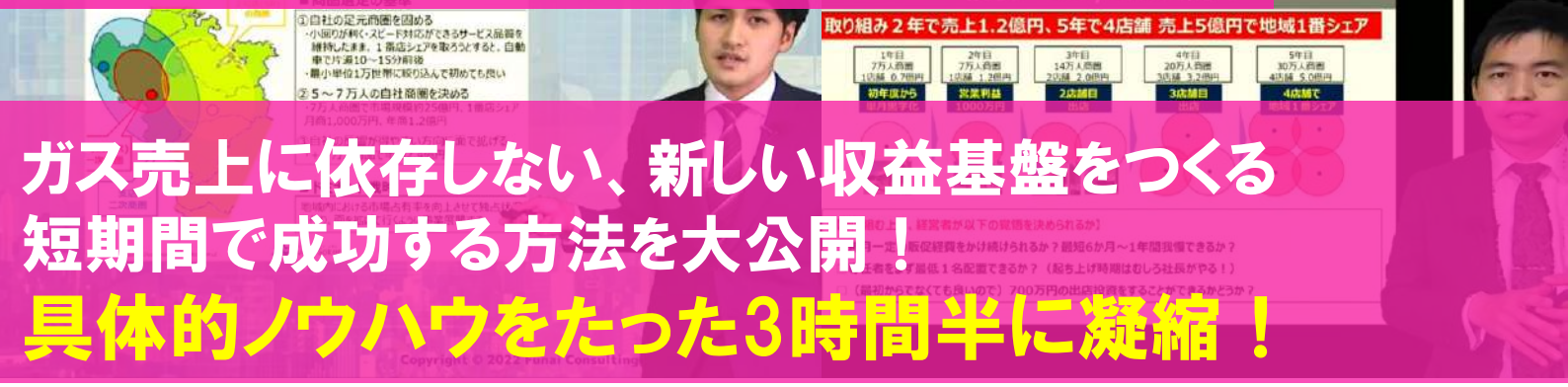
給湯器・コンロ専門店⇔小工事リフォーム専門店

給湯器・コンロ専門店の旨味は、給湯器・コンロ等ガス機器にとどまらず、さらなる新規事業へのステップになることも上げられます。給湯器・コンロ専門店は小工事リフォーム専門店とも親和性が高く、将来的な事業展開の中で、「トイレ・洗面台等」を取り扱うことも事業拡大に有効です。

給湯器・コンロ専門店からスタートし、小工事リフォーム専門店に取り組む会社もあれば、その逆に取り組む会社もあり、順調に事業を拡大しています。このように給湯器・コンロ専門店はそれだけにとどまらず、その先の将来を見据え展開することが可能です。

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

レポートをお読みいただいた事業者の皆様への特別なご案内



ガス売上に依存しない、新しい収益基盤をつくる
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3時間半に凝縮！

給湯器専門店ビジネスモデルセミナー

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）

2023年 3月6日(月)・7日(火)・8日(水)

ここまでレポートを読んでいただきありがとうございました。
私どもは全国の中小ガス販売店、ガス工事店に向けて、
既存事業に依存しない、新たな収益事業を確立するための
ご支援をさせていただいております。

日々コンサルティング現場で得てきた経験や蓄積されたノウハウが、
多少なりとも皆様のお役に立って、業界の活性化に繋がれば・・・
という思いで今回レポートをまとめさせていただきました。

今回ご紹介した手法は100％の成果を約束するものではありません。
しかし正しく取り組めば、実践企業の9割以上が業績アップに成功した、
とても成功確率の高い方法です。

ここまでの内容をご覧になって、少しでもご興味が湧いた方、
前向きになられた方は、ぜひご参加ください。
より具体的なポイントをご説明させていただきます。
最初の一歩としてぜひセミナーをご活用ください。

「気になるけど、セミナーに参加するのは迷ってしまう・・・」
という方に向けて、**次のページで講座内容の一部をご紹介いたします。**

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

セミナーでお伝えする内容の一部

Web×チラシで月80件集客する成功事例

☑集客の成否を分ける「商圏設定」の最重要ポイント

☑15,000円のコストで新規反響を獲得するチラシの作り方

☑毎月10件以上の反響を獲得するホームページの作り方

☑顧客名簿数の5%が毎月リピート依頼する会社の顧客管理手法

粗利率40%を生み出す商品設計と販売手法

☑給湯器やコンロの交換で粗利率40%獲得するコストダウンの極意

☑リフォーム実績ゼロでも繁盛店並みの仕入を可能にした交渉術

☑高粗利でも成約率75%！即実践できるトップ営業のテクニック

☑1ヵ月に20件以上販売する即決＆高効率セールス手法

既存人員で開始した成功企業の運営手法

☑ガス検針員が3ヵ月で月商400万円の営業に変貌した㊙ツール

☑工事経験ゼロのスタッフが見積ナシで商談できた商談システム

☑リフォーム事業参入で苦労しないための上手な協力業者開拓

☑既存事業との兼任でもOK！？失敗しない事業組織づくり

その他にもさまざまなノウハウをご紹介いたします

株式会社船井総合研究所
リノベーション支援部　Reformビジネスグループ　マネージャー　齋藤 勇人

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

【Webセミナー】給湯器専門店ビジネスセミナー

講座内容&スケジュール

2023年3月06日(月)・07日(火)・08日(水)
オンライン開催　13:00～16:30（ログイン開始：12:30）

一般価格：税抜 15,000円（税込16,500円）　／一名様
会員価格：税抜 12,000円（税込13,200円）　／一名様

講座	セミナー内容

第1講座　13：00 ～ 13：50

ガス業界を取り巻く環境と今後の戦略

ポイント　ガス業界の市場動向と、全国LPガス販売店各社の新規ビジネス参入成功事例＆失敗事例の分析から、これからを取り組むべき戦略をお伝えします。

株式会社船井総合研究所　リノベーション支援部
Reformビジネスグループ　1DayReformチーム リーダー
稲川 茂樹

栃木県芳賀郡芳賀町生まれ。地方銀行での融資渉外業務を経て、船井総合研究所にキャリア入社。現在は、町のガス屋さん・畳内装工事屋さん・建材屋さん・水道屋さん・電気屋さん・家具屋さんのリフォーム事業参入をサポート。ガス会社向け機器交換リフォーム専門店（１DayReform）の立ち上げ・業績向上実績は社内随一。健全に業績向上できる仕組み・ビジネスモデルづくりを得意とし、北は秋田から南は宮崎までクライアントを支援している。

第2講座　14：00 ～ 14：50　ゲスト講師

初月から販売台数3倍！給湯器専門店ビジネスモデルの成功事例と事業戦略

ポイント　給湯器専門店「給湯市場」を立ち上げて、初月から販売台数3倍、粗利率45%まで伸ばした事例企業の取り組みをお話しいただきます。

関西プロパン瓦斯株式会　代表取締役社長
石井　智之氏

三重県津市出身。大学卒業後の1999年、大手物流会社に入社。国内外との海運事業や建機、精密機械の輸出営業に携わり、2004年に関西プロパン瓦斯株式会社に入社。ガス営業、所長、部長を経て、2012年に同社の代表取締役社長に就任。当初はLPガス販売を中心に事業を展開していたが、新たな事業の柱を求めて、新規事業として介護ビジネス、リフォームを立ち上げ、脱ガス収益依存と地域の暮らしのインフラとして更なる事業拡大を目指している。

第3講座　15：00 ～ 16：00

ガス会社が給湯器専門店ビジネスで成功するための取り組みポイント

ポイント　給湯器専門店ビジネスで1拠点あたり年商1億円（社員3名）、粗利4,500万円を達成するための具体的な集客手法、営業手法をお伝えします。

株式会社船井総合研究所　リノベーション支援部
Reformビジネスグループ　1DayReformチーム
榊原　稔記

千葉県千葉市生まれ。大学在学時はマーケティング・統計学を専攻し、EコマースやSNSマーケティングの研究に携わり、デジタル集客の手法を経験。大学卒業後、新卒で株式会社船井総合研究所に入社。入社後一貫して住宅リフォーム業界の圧倒的地域一番店づくりのサポートを志し、新規参入および業績向上のコンサルティングを行っている。なかでも超・小商圏でも参入可能なビジネスモデルであるリフォーム・小工事専門店（１DayReform）におけるWeb・アナログ両面からの集客コンサルティングを得意としている。チラシ作成からSEO対策、Web集客まで集客を中心に幅広く業績アップのサポートを行なっている。

まとめ講座　16：00 ～ 16：30

新規ビジネス参入時に知っておくべきリスクと対策

ポイント　新規事業の立ち上げは良いことばかりではありません。今回ご紹介したビジネスモデルを実践するにあたって知っておいていただきたいリスクと、それを回避するための対策についても事例をもとにお伝えします。

株式会社船井総合研究所　リノベーション支援部
Reformビジネスグループ　マネージャー
齋藤 勇人

お申込みはこちらのQRコード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ついておりますので、ぜひご覧ください。

https://www.funaisoken.co.jp/seminar/093506

船井総研　093506　検索

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

【Webセミナー】給湯器専門店ビジネスセミナー

お問い合わせNo. **S093506**

開催要項

日時 会場

※全日程とも内容は同じです。ご都合のよい日程をお選びください。

オンラインにてご参加　**お申込期限：3月 2日（木）**

2023年3月6日(月)　【開始】**13：00** ▶ 【終了】**16：30**（ログイン開始12：30より）

オンラインにてご参加　**お申込期限：3月 3日（金）**

2023年3月7日(火)　【開始】**13：00** ▶ 【終了】**16：30**（ログイン開始12：30より）

オンラインにてご参加　**お申込期限：3月 4日（土）**

2023年3月8日(水)　【開始】**13：00** ▶ 【終了】**16：30**（ログイン開始12：30より）

本講座はオンライン受講となっております。
諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。
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

受講料

一般価格	**税抜 15,000円（税込16,500円）／一名様**
会員価格	**税抜 12,000円（税込13,200円）／一名様**

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内（メール）をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内（メール）をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催４日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。尚、ご入金が確認できない場合は、お申込みを取消させていただく場合がございます。●ご参加を取り消される場合は、開催3日前まではマイページよりキャンセルをお願いいたします。下記船井総研セミナー事務局宛にメールにてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。
●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン（旧：FUNAIメンバーズPlus）へ ご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み方法

下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済、銀行振込が可能です。 受講票はWeb上でご確認いただけます。
または、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.の数字6桁 093506 を入力、検索ください。

お問合わせ

明日のグレートカンパニーを創る Funai Soken　**株式会社船井総合研究所**

船井総研セミナー事務局　**E-mail：seminar271@funaisoken.co.jp**
【ＴＥＬ】0120-964-000（平日9:30～17:30）●申込みに関するお問合せ：中田　●内容に関するお問合せ：稲川
※お申込み関してのよくあるご質問は「船井総研　FAQ」と検索しご確認ください。

お申込みは下記のQRコードよりお願いいたします

3月6日（月）オンライン
申込締切日 3月2日（木）

3月7日（火）オンライン
申込締切日 3月3日（金）

3月8日（水）オンライン
申込締切日 3月4日（土）