

社長、LPガス収益にいつまで**依存**しますか？

プロパンガス業向け  
成功事例紹介レポート

社員6名のガス会社が

機器交換リフォーム販売で



特別ゲスト講師  
株式会社イナセ  
代表取締役  
**川田 賢興氏**

わずか3年で  
売上4倍!  
年商**3**億円

建築経験ゼロのガス事業社員が月300万円受注!

機器交換を粗利率45%の高収益工事にする方法

商圈はなんと片道15分圏内!?高効率集客の秘訣

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。



今すぐスマホでチェック!

【Webセミナー】機器交換リフォーム専門店立ち上げセミナー お問い合わせNo. S093699

オンライン開催: 2023年1月21日(土)・22日(日)・23日(月) 13:00~16:30 (ログイン開始12:30~)

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。  
主催 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からも  
セミナー情報をご覧ください。



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。)→ 093699

# 年商8,000万円のガス会社が 3年で3倍の3億円を達成！

特別紙上インタビュー

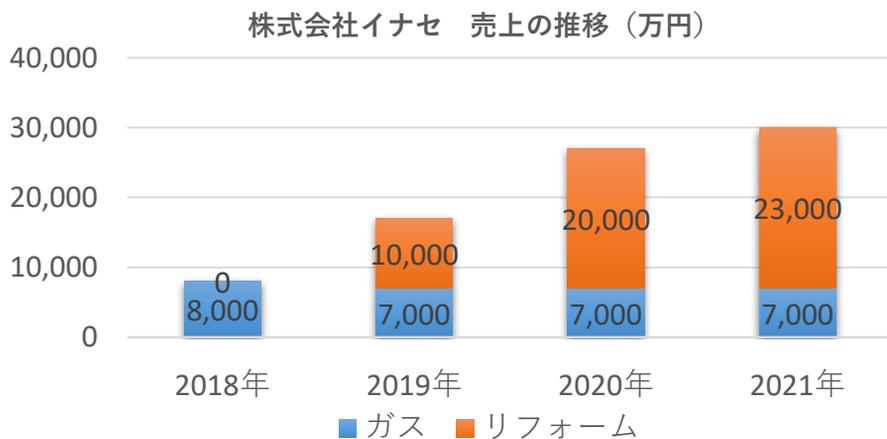


株式会社イナセ（埼玉県北足立郡伊奈町）

代表取締役 **川田 賢興** 氏

【プロフィール】

大学卒業後に家業のプロパンガス会社（株式会社伊奈石油）と設備工事会社で仕事をしながら給湯設備や住設機器の販売・設置、配管工事などを経験し、2013年に株式会社伊奈石油の代表に就任。ガス設備や住設機器を中心としたエンドユーザー向けリフォーム事業を「自社施工」にこだわって本格的に展開。2017年には、社名を株式会社伊奈石油から株式会社イナセに社名変更。エンドユーザー向けの販促に更に注力し、取り組み3年で売上を4倍の3億円に成長させることに成功。



インタビュー  
船井総合研究所 齋藤勇人



## きっかけは、相次ぐ都市ガスへの切り替えに対する危機感

齋藤 本日はお時間をいただきありがとうございます。最近では業界紙でもイナセさんの事例が取り上げられていることも多く、ますます注目が集まっていますね。ここに至るまでに、川田社長はいつ頃から、どのような事業戦略を描いて取り組んできたのでしょうか？

**川田社長** いろんなところで取り上げていただき、かえって恐縮です。それでも当社のような田舎の小さなガス屋が、全国各地のプロパンガス店はもとよりリフォーム専門の会社さんからも興味を持っていただけるというのは、私も社員もとても嬉しく思います。ただ、ここに至るまでに緻密な戦略があったわけではなくて、目の前の現状をどうにかしようと試行錯誤してきた結果だと思っています。

弊社はもともと埼玉県北足立郡という地域でプロパンガス販売とガソリンスタンド事業を行っていて、年商8,000万円ほどの規模でした。会社としてターニングポイントになったのは5年前(2017年)頃と、3年前(2019年)のことです。

弊社のガス供給先は地元で1,000世帯程度だったのですが、都市ガスへの切り替えが多い時は月10件も発生していました。1カ月のうちに顧客が1%もいなくなるんですから死活問題です。「うちの会社、続けて行けるのかな？」という将来への不安から、住宅改修・リフォームを強化し始めたのが5年前のことでした。

## はじめは、思ったより儲からないリフォーム事業に苦戦・・・

**齋藤** なるほど、その時の決断がいまの結果に繋がっていくわけですね？

**川田社長** それなら良かったんですけどね…。残念なことに、そう上手くはいきませんでした。(笑)ガスのお客様や地元の方々に向けて「イナセはリフォーム工事もやっていますよ！」ということを知ってもらえるように、チラシやホームページ、フリーペーパーで広告をかけてみましたが、売上は年間3,000万円、粗利にすれば1,000万円程度でしたから。広告宣伝費までかけてこの状態ではとても「ガス売上に代わる新しい事業」とは言えないですよ。



当時のリフォーム販促チラシ  
自分なりに考えて取り組んでみたが、  
思うような売上には繋がらなかった。

**齋藤** 確かにおっしゃるとおりですね。1つのお店(拠点)でリフォーム売上2,000~3,000万円…というのは、まさに「一応リフォーム事業にも取り組んでいます」という中小プロパンガス会社に当てはまる「全然儲かっていないリフォーム事業」の状態そのものかと…。

川田社長 はい、あの時は本当に利益なんか出ていませんでしたね…。それでも朝から晩まで忙しく仕事をしていましたし、私も社員も労働時間が長く、不規則になっていました。

「みんな一生懸命働いているのに、リフォームって忙しいわりに儲からないな…。」

「どこの会社もこんなものなのかな…。」

と諦めたような考えがよぎることもありましたが、自分もまだ30代ですし、社員たちの将来も考えたらそこで思考停止するわけにはいきませんでした。

## 悩んでいた中でたどり着いた「専門店化」というキーワード

齋藤 そこから3年前のターニングポイントに繋がるということですね。

川田社長 そうです。リフォーム事業の勉強をしていく中で、「専門店化」というキーワードを度々目にするようになりました。

「リフォーム事業は相次ぐ大手参入で競争が激しくなり、お客様は自分が希望するリフォームが得意な会社かどうかを選別するようになった。

だから“あれもこれも、何でもやりますよ”という会社はお客様に選ばれなくなっている。

これからのリフォーム事業者は、自社の得意分野がお客様にわかりやすく伝わるように“専門店化”をしなければ勝ち残れない”

という話ですね。

この話に心底納得すると同時に、自社を振り返ってみると

「ガス屋のイナセがリフォームもやっていますよ。

住まいのお困りごとなら何でもご相談ください。」

という感じで、専門店とは真逆になっていることに気づきまして…。(笑)

そこで、ガス会社としての強みである

スピード対応や自社工事体制を活かした

「機器交換リフォームの専門店」として

自社を打ち出していこうと決めたのが3年前でした。



さまざまな勉強会やセミナーで学ぶ中で、「何でもやる総合リフォーム」は業績が低迷していて、「得意な領域が明確な専門店リフォーム」が伸びていることを知った。

## 起死回生になった「ガス機器交換の専門店」という打ち出し

齋藤 そうでしたか。

川田社長がおっしゃる「機器交換」というのは、トイレやコンロ、給湯器、レンジフードなどのガス機器や住設機器のことですよ。

そして機器交換が得意な専門店として自社を訴求すると…。それは、多くのガス会社がすでに取り組んでいるリフォームのやり方とほとんど違いがないように思えますが…。本当にそれが業績アップを実現した取り組みなののでしょうか？

川田社長 ここまでの説明だと、たしかに違いがわかりませんよね。「ガス機器や住設機器の交換が得意なことを打ち出す…って、そんなことならうちの会社もとっくにやってるわ！」と多くの方が思うことでしょう。

イナセのリフォームと他のガス会社系リフォームで大きく違っているのは、その専門店の徹底度合いなんです。ここを徹底的にやりきってみたら、本当にお客様が4倍、5倍に増えました。それも決して都市部ではない当社のエリアで、自動車15分圏内の近隣エリアからのお客様がほとんどですから、社員を増やさずに売上と粗利が4倍以上になったわけです。

齋藤 それが本当だとしたらすごいですよね！ぜひこの場で川田社長の取り組んだ「専門店化の徹底」の具体的な内容をお聞かせいただけませんか？

## わずか15坪の機器展示ショールームで売上が1億円超え!?

**川田社長** まずは「店舗」ですね。  
専門店と謳うからにはお客様からの見え方も大切です。  
いまやリフォーム会社や家電量販店、ホームセンターでさえも  
売場に給湯器やコンロ、トイレが陳列されていますよね。  
それなのになぜ専門店であるはずの自社では  
商品が一つも見られないのはおかしいじゃないか、と。

それで、弊社の事務所がそれなりに交通量のある  
道路沿いにあったので、  
立地的にもちょうど良いと思って、  
1階部分をガス機器と住設機器を並べた  
ショールームにしました。

ショールームと言っても大げさなものではなくて、  
15坪程度のほんの小さなスペースです。  
ただし、「ここにこんなお店がありますよ」  
ということを知ってもらえるように、  
とにかく看板だけは大きく目立たせました。



運営店舗 伊奈店

**齋藤** 町の小さなガス屋さん  
数台の機器展示を並べたショールームを設けたとして、  
そこまでお客様からの依頼は増えるものでしょうか？  
いまや地方でもさまざまなリフォーム会社がショールーム型店舗を  
出していますが、あまりお客様が入っているようには見えませんが…？

**川田社長** 以前の私も含めて、そう考える人はガス会社にも多いです。  
ですがそれは全くの思い込みです。  
来店でも電話問合せでも、明らかにお客様が増えました。  
チラシとホームページだけで販促していた頃は、  
月に40万円くらい販促費をかけてほしい20件、  
見積金額にすれば400万円程度の反響でした。  
それがショールームを出した直後から40件に増えたわけですから、  
同じ販促費で売上も粗利も2倍になったということです。  
当社の場合ももとの事務所を改装したわけですから、

川田社長 家賃負担が増えることもなかったのに尚更ありがたかったですよね。もちろん事務所とは別でショールームを構えることになったとしても、その家賃が月20万円程度であれば、見込める利益の方が断然多いと思います。ですから当社も1店舗目出店の2年後には2店舗目を隣町に出店して、売上はさらに1億円、営業利益は700万円ほどアップしました。

運営店舗 桶川店



## 機器交換リフォーム事業においてショールームが有効な理由

齋藤 株式会社イナセのショールームは20坪程度とのことですが、それでも明らかに効果はありとおっしゃるわけですね。となると、お客様が集まるショールーム店舗にするためのポイントはどんな要素なのでしょう？  
また、近くに競合他社や住設メーカーの大きなショールームがある場合でも、自社ショールームを出店する効果はありますか？

川田社長 自分の経験からしか語れませんが、ショールームの集客効果を決めるのは「立地」と「視認性」ではないでしょうか。もっと大掛かりな空間提案とかリノベーションのためのショールームならばそれなりの規模が必要なかもしれませんが、当社のような機器交換の専門店としてのショールームの場合、展示するのはガス機器やトイレ、洗面台ですから規模は20坪あれば十分です。

その代わりに、地域のお客様が立ち寄りやすい立地を、交通量や車の平均速度、周辺施設などをよく分析して選ぶことが大切です、物件自体も建物や看板が目立つものを選定しないといけません。このあたりは細かい話になるので、セミナーで具体的にご紹介できればと思います。

それから、小規模なショールーム型店舗は、たとえ近隣にメーカーショールームがあったとしてもやる価値があると私は思います。なぜなら役割が全く違うからです。

交通量や人口分布などの情報を集めて、可能な限り地域の人に認知されやすい立地選び、物件選びをおこなった。



出典：国土地理院ウェブサイト  
<https://www.gsi.go.jp/kikakuchousei/kikakuchousei40182.html>

**川田社長** メーカーのショールームというのは主にお客様がプランを比較検討する所ですし、そのメーカーさんの商品しか置いていませんよね。それに対して自社ショールームの役割というのは、何よりもまず「お店がある」というお客様にとっての安心感だと思います。

普通の事務所やカウンターだけでは、どれだけ「お気軽にお越しください」と言ったところで、ふらっと気軽に「まずは見るだけでも良いですか？」とはなりません。品揃えをガス機器と小型の住設機器に限定することによって、複数のメーカーの商品を見比べてもらうことができます。だからシンプルに集客が増えるんですよ。

## 販促面でも意識した「専門店らしさ」が集客アップの要因

**齋藤** 機器の展示に特化した小さなショールーム店舗にそこまでの意図と効果があったんですね。その他にも株式会社イナセの「専門店化」の具体的な取り組みはありますか？

**川田社長** 2つ目が「販促」を変えたことですね。販促というのは主にチラシとホームページのことですが、もちろん両方とも以前から取り組んではいました。

ですが目に見えて集客が増えたのは、「専門店らしさ」ということを意識して、商品掲載数を他社よりも圧倒的に多くしたことと、主力のトイレ・コンロ・給湯器は地域最安値の商品を作って載せてからでした。

それからチラシの配布方法にも当社なりの工夫があります。以前は月に40万円ほどの費用をかけて、6万枚くらいのチラシを月1回の頻度で新聞折込していましたが、現在は同じ枚数のチラシを2万世帯に月3回の頻度で折り込んでいます。ターゲットとなるお客様をなるべくお店の近隣世帯に絞って、ほぼ毎週のようにチラシを目にさせていただくことによって、どこよりも身近な会社として認知してもらえるようにという意図ですね。



より「専門店感」を意識してリニューアルした販促チラシは、機器交換メニューの掲載数が他社と比べても圧倒的に多い。

# 1人あたり年間5,000万円売り上げるオペレーションの秘訣

齋藤 機器の展示に特化した小さなショールーム店舗に

そこまでの意図と効果があったんですね。

その他にも株式会社イナセの「専門店化」の具体的な取り組みはありますか？

川田社長 はい、もちろん全てお話しします。(笑)

それから、取り組みの3つ目は「売り方」を変えたことですね。

機器交換は単価が10～20万円前後ですから、

1件の営業に時間をかけてしまうと

どうしても割に合わなくなります。

この問題にかなり苦しんだ経験から、

現在はその場で見積金額を提示することを徹底しています。

それを可能にするために必要なのが、

機器交換リフォームを材工込みのパック価格にすることでした。

仕入の調整や施工体制の改善、

原価の整理など苦労することはありましたが、

試行錯誤の末に現調時にその場で見積金額を

提示できる仕組みが出来上がりました。



その場で見積金額を提示して、  
高回転営業を可能にした  
営業ツールの例(バック商品カタログ)。

齋藤 たくさん教えていただき誠にありがとうございました。

では、最後にレポートを読んでいただいている

ガス会社の皆様に一言お願いいたします。

川田社長 弊社のような小さな会社の取り組みの話を

最後まで読んでいただきありがとうございます。

今後ますます厳しくなるガス業界ですが、個人的には、新しいことに挑戦していけばきっと明るい未来が切り拓けると思っています。

この度セミナーで講演させていただく中で、私が取り組んできたことをできる限り具体的にご紹介させていただきます。

同業で頑張っておられる皆様からも

たくさん学ばせていただきたいです。

若輩者ではございますが、今後ご縁がありましたら、

どうか宜しくお願いいたします。

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5年で、売上は+2億円にアップ！  
ガス事業の1.5倍の収益事業になりました。**

当社は先代から続く地場のLPガスショップですが、息子が会社を継ぐ意思を持ってきていたこともあり、「**ガス事業の利益が出ている今のうちに、次の一手を本気で打たなければならない！**」と考えていました。

ガス顧客名簿の活用と、ガス屋の強みである「小回り・スピード」に特化した戦略を取ったことによって、地元密着で効率的に売上アップを実現できていると思います。気が付けば**本業のガス売上をはるかに上回る事業になり、社員の間にも次々新しいことにチャレンジする風土が生まれてよかったです。**



京都府福知山市  
株式会社くさか  
代表取締役 日下英明氏

## 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2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顧客からリピートが増え、新規と合わせて月60~70件見積依頼**をいただくようになりました。今では担当スタッフ2名、2店舗、月間売上が1000万円を超えることも珍しくありません。当社のように地方で顧客が減少していくことに悩んでいるプロパンガス販売店は、ぜひ取り組んでみるべきビジネスモデルだと思います。



群馬県伊勢崎市  
株式会社カナメ  
代表取締役 矢端要一氏

**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 1DayReformチーム リーダー****稲川 茂樹**

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。

株式会社船井総合研究所の稲川茂樹と申します。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、「**ガス会社の強みを活かしながら、今から参入しても商圏内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社員の営業力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 株式会社イナセ 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、  
“機器交換リフォーム専門店”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んでいる皆様は、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。**

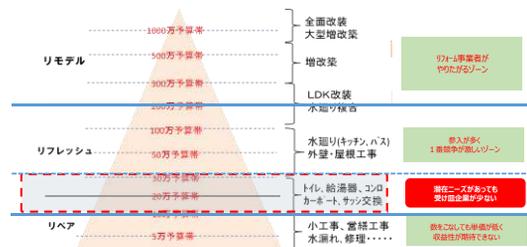
## ② 市場に競合が少ない、大手が入らない領域

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、どこに頼んでも良いかわからない**」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 社員の営業力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る上に、工事内容自体がシンプルなので、素人でも数ヶ月間で工事を覚えて管理することができます。**株式会社イナセでは採用して1カ月で売れるようになりました。**



## 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か月以内）**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の皆様へ特別なご案内



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1日に凝縮！

## 【Webセミナー】機器交換リフォーム専門店 立ち上げセミナー

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 **1月21日（土）**・**22日（日）**・**23日（月）**

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、力を入れ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、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件リピートを獲得する方法
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2,000万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！設備仕入改革手法
2. 面倒な見積をせずに粗利確保できる商品 + 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38%で受注できる工事原価コストダウン<sup>秘</sup>テクニク

## 営業力アップ

1. 大手やリフォーム専門店の負けないための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4,000万円受注する営業ツールの使い方
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。

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“志が高い経営者の方”がご参加しやすい料金設定としました。一般の方でも1名様わずか税込16,500円（会員 税込13,200円）です。

実践すれば**年間数千万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。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 1DayReformチーム

リーダー **稲川 茂樹**

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】機器交換リフォーム専門店立ち上げセミナー

お問い合わせNo. S093699

### 開催要項

※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：1月17日(火)

2023年1月21日(土) 【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：1月18日(水)

2023年1月22日(日) 【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：1月19日(木)

2023年1月23日(月) 【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

日時  
会場

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

受講料

●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、ご入金を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も適用となります。

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](http://www.funaisoken.co.jp)）、右上検索窓にお問い合わせNo.の数字6桁 093699 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](mailto: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：横田 ●内容に関するお問合せ：稲川

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索してご確認ください。

【年末年始休業のお知らせ】2022年12月28日(水)正午～2023年1月5日(木)まで

※休業期間中は電話が繋がらなくなっております。Webからのお問い合わせには1月6日以降順次ご回答させていただきます。

※なお、受講申し込みはWebより24時間受け付けております。ご不便をお掛けいたしますが、何卒ご了承くださいませようお願い申し上げます。

お申込みは下記のQRコードよりお願いいたします

**1月21日(土) オンライン**  
申込締切日 1月17日(火)

**1月22日(日) オンライン**  
申込締切日 1月18日(水)

**1月23日(月) オンライン**  
申込締切日 1月19日(木)



# 【Webセミナー】機器交換リフォーム専門店立ち上げセミナー

## 講座内容&スケジュール

2023年1月21日(土)・22日(日)・23日(月)  
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

プロパンガス会社がいまリフォーム事業に取り組むべき理由と最新の成功事例

**ポイント** ガス業界を取り巻く環境と“LPガスに代わる新たな収益事業の立ち上げ”を可能にする将来性のある戦略・ビジネス及び成功事例をお伝えします。

株式会社船井総合研究所  
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、船井総研にキャリア入社。現在は、町のカス屋さん・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

年商8,000万円の小さなガス会社が、3年で売上高3倍の3億円を達成した成長の軌跡と取り組み事例

**ポイント** 年商8,000万円だった株式会社イナセが3年で3億円を売り上げることができた成長の軌道と実際の取り組み事例をお伝えします。

株式会社イナセ 代表取締役 川田 賢興氏

大学卒業後に家業のプロパンガス会社（株式会社伊奈石油）と設備工事会社で仕事をしながら、給湯設備や住設機器の販売・設置、配管工事などを経験し、2013年に株式会社伊奈石油の代表に就任。ガス設備や住設機器を中心としたエンドユーザー向けリフォーム事業を、「自社施工」にこだわって本格的に展開。2017年には、社名を株式会社伊奈石油から株式会社イナセに社名変更し、エンドユーザー向けの販促に更に注力し、取り組み3年で売上をそれまでの3倍の3億円に成長させる。



ゲスト  
講師

### 第3講座

15:00

↳

16:00

プロパンガス会社がリフォーム事業を成功させるための実践ノウハウを大公開！

**ポイント** ゲスト企業が取り組んだビジネスモデルの成功事例要因と、それを皆様が実践する場合の具体的な手法を一つひとつご紹介いたします。

株式会社船井総合研究所  
Reformビジネスグループ 1DayReformチーム

神原 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領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

本日のまとめ

**ポイント** 今後勝ち残る会社になるために、地方のプロパンガス会社が“いま取りまななければいけないこと”を、全国の成功事例をもとにお伝えいたします。

株式会社船井総合研究所  
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/093699>

船井総研 093699

検索

