

後継者のために今からすぐに始められる新事業

年商3~10億円
規模の企業向け

開催日時 2023年6月22日(木) TKP新橋
カンファレンスセンター
13:00~16:30(受付 12:30~)

ガス会社後継者の 新規事業必勝法

中面
要チェック

2代目後継者の参入成功事例を大公開

岐阜県 \ 3年で /
高収益事業化に成功

年商1.2億円
粗利5,000万円

有限会社岡庭設備燃料
店長 岡庭 光史氏

埼玉県 \ 3年で /
業績をV字回復

年商6,000万円 年商4億円

株式会社イナセ
代表取締役 川田 賢興氏

※川田氏のご登壇はございません。

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

今すぐスマホでチェック!

[来場] 地方プロパンガス会社の未来戦略

お問い合わせNo. S098781

東京開催: 2023年6月22日(木) 13:00~16:30 (受付 12:30~) TKP新橋カンファレンスセンター

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いただけます。



当社ホームページ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。) → 098781

特別紙上インタビュー



有限会社岡庭設備燃料
店長 岡庭光史 氏

二代目後継者が
挑んだ経営革新！
“脱”ガス収益依存
成功ストーリー



株式会社船井総合研究所
Reformビジネススクール
1DayReformチーム
リーダー 稲川茂樹

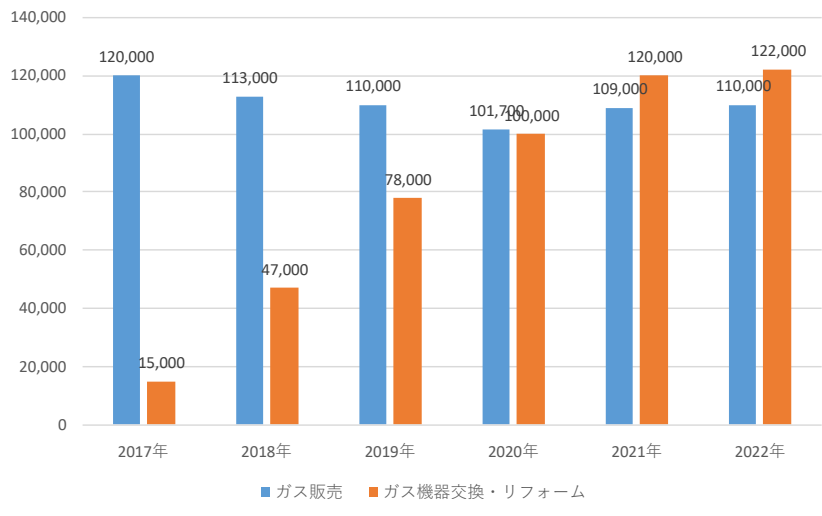
【プロフィール】

1989年生まれ。家業は岐阜県中津川市でLPガス販売店を経営。はじめは全くの異業種に従事していたが、3年ほど経った後に家業を継承する決意をして、愛知県のガス会社に修業を兼ねて3年間、ガス機器やリフォームまで含めた営業職を経験する。その後、2017年に2代目後継者として有限会社岡庭設備燃料に入社。入社後は「自社の未来に繋がるチャレンジを成功させること」を後継者としての最初の目標として、ガス機器交換メインのリフォーム事業に挑戦。ガス会社としての強みを活かした業態づくりによって、取り組み3年で本業のガス売上を上回る事業に成長させた。

「機器交換リフォーム専門店」取り組み後の推移

リフォーム参入3年で、年商1億円超の新規事業に成長

事業別売上高推移



事業別売上高	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
ガス販売	120,000	113,000	110,000	101,700	109,000	110,000
ガス機器交換・リフォーム	15,000	47,000	78,000	100,000	120,000	122,000

■ 会社を継ぐことを決意した時から、 「会社の未来のために、ガス以外の何かをやらなければ！」 という想いを強く持っていました。

自動車関連の仕事を経た後に、父（現・社長）の紹介で愛知県の都市ガス代理店で、そちらの顧客に向けてガス機器やエネファームの販売営業を経験して丸3年。その後に家業のガス会社に戻った私が目にした現実、まさに地方プロパンガス業界が直面している様々な課題の縮図だったと思います。

都市ガスの代理店では毎日何件も舞い込んでいた仕事（給湯器の修理、コンロ修理…など販売のきっかけになる機会）が、こちらでは1日1件あれば良い方という状態だったのです。子供の頃から業界を間近で見てきて「今の時代はオール電化じゃないの？ ガスはこの先長くないんじゃないかな。」と思うことも少なからずありましたが、「まさかこんなことは…」とショックに感じました。

しかし、それでもこれまで自分を育ててくれた大切な家業であり、家族以外にも従業員が長年尽くしてくれた会社ですから、私も大事にしたいという考えがありました。また、せっかく家族が築いてきた会社の基盤ですから、それを活かして挑戦したいという想いもありました。

ですから、会社に戻ってきたその年から、私なりに「**自社がこの先20年、30年成長を続けられるような新規事業にチャレンジすること**」、「**ガスに依存しない経営基盤をつくること**」に、後継者としての最初の存在意義を見出して全力で突き進んでみようと思いました。

もちろん障害がなかったわけではありません。当時の社員の中にはごく一部、「あいつが帰ってきたばっかりに。」とか、「今までのんびりやってきたのに、余計なことしないでほしい。」、「せっかく居心地が良かった会社を変えるのか？」といった否定的な目で私を見る者もいました。ですが、一方でやる気とチャレンジ意欲に満ちた若いスタッフもいましたし、そういう社員達のためにも「会社の未来のために自分が正しいと思うことを信じよう！」と思うことができたので、前に進むことを決められました。

■ ガス会社としての顧客基盤と経営資源を活かせるのは、リフォーム事業だと確信していました。

リフォーム専門会社やホームセンターなど、多くの会社がリフォームビジネスに取り組んでいますが、**ガス機器の交換などの低単価な工事ほど、「どこに頼んで良いかわからない」というお客様がまだまだ多くいます。**

そして**販売を通じてお客様の家の状況を把握でき、お困りごとを自然にキャッチできるガス会社は、リフォーム事業と関連性が高く、この上なく相性の良い事業だと思います。**

私自身、前職でガス機器の販売営業をする中で、このことを身をもって経験していました。社長である父も、「前職の内容を活かして、（会社に）戻ってきたらリフォーム事業をやってみたら良いんじゃないか？」と度々言っており、「新規事業はリフォームで！」という方向性は自分の中でもすんなり決まりました。

■ ガス顧客以外の、一般のお客様にも選ばれるためには・・・？

ガスに依存しない収益基盤となるレベルまでリフォーム事業を成長させるには、それまでの「ガスのお客様に違うものを売る」という発想ではとても目標売上には到達しません。

地元のもっと多くのお客様に、自社のリフォームというサービスを選んでいただくための方法を模索しなければなりませんでした。

■ そのために、 「機器交換に特化」・「ショールーム集客」・「自社施工」 の3つを事業戦略のポイントに決めました。

リフォーム事業が今後の自社の基盤になるために重要なのは、まず何よりも**「売上が安定すること」・「しっかりと利益が出ること」**だと考えたので、地元のお客様から継続的にご依頼をいただける事業にすることが大前提でした。

そのためには「ガス屋がリフォーム“も”やってますよ」ではなく、リフォームの専門店として、「こんなリフォームが得意ですよ！」という強みと専門性を打ち出すのが一番だと考え、自社の得意領域である**機器交換リフォームの専門店**としました。

ガス機器や住設機器の交換なら既にほとんどが自社で施工できる、または新たに覚えるのも難しくないものばかりですし、自社施工を基本とすることで、粗利率も40%以上確保することができます。これなら**1件当たりの単価は小さくても、最後に残る利益は大きくなります。**



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

そしてこれが集客面の最大のポイントだったのですが、**小さくても良いので、お客様が「ちゃんとお店があるな。」と安心して相談に来られる機器展示ショールームを出店しました。**

実際のところ、このショールームの存在は効果抜群で、不安いっぱいだったオープンイベントでは、リフォーム会社としての知名度ゼロでありながら、**4日間で150組以上の来場と、3000万円以上の見積依頼**がありました。



■ 開始3年で早くもガス売上高を超える急成長！ 「ガスに依存しないで利益を出す力」がついたと感じています。 2代目として会社を引っ張っていく自信にもなりました！

機器交換リフォームに特化したチラシとホームページ、そしてショールーム。お客様が安心して相談できるように「工事費込み」で明瞭価格にしたパックメニューも好評で、オープン1年後には毎月50件以上の依頼が舞い込むようになりました。さらにリピート依頼も着実に増えて、今ではガス売上を上回る売上高と生産性を出せる事業になったことで、私だけでなく社員達も「ウチの会社はガスだけじゃない！もっといろんなことで地元の役に立てるんだ！」という意識が芽生えたように思います。この事業に取り組んで本当に良かったと思っています。



**紙上
講演****ガス会社の勝ち残り戦略！
顧客基盤が活きる、すぐ取り組める
「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 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、地域密着型の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一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、本紙でご紹介したガス会社の成功事例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日ででき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

地域密着のガス会社の多くが、お客様から頼まれて修理や工事、あるいは住設機器の取り付けをすでに請け負ってきたことでしょう。すでに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。



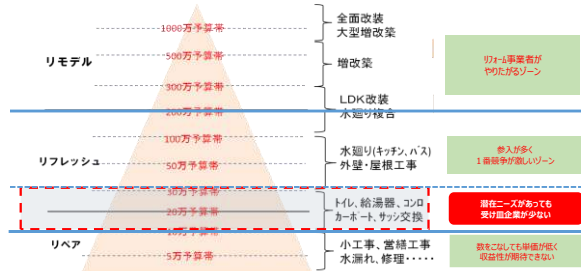
②市場に競合が少ない、大手が入らない領域

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。



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。



【来場】地方プロパンガス会社の未来戦略

講座内容&スケジュール

講座

第1講座

13:00

〽

13:50

第2講座

14:00

〽

14:50

ゲスト
講師

第3講座

15:00

〽

16:00

まとめ講座

16:00

〽

16:30

東京会場

申込期限:6月18日(日)

TKP新橋カンファレンスセンター
〒100-0011

東京都千代田区幸町1-3-1 幸ビルディング 10~16階

2023年6月22日(木) 13:00~16:30 (受付12:30~)

[JR「新橋駅」日比谷口より徒歩7分]

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。また、最少催行人数に満たない場合、中止させていただきます。尚、中止の際、交通費の払い戻し手数料等の支払いはいたしかねますので、ご了承ください。
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
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 (ID: 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

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

ポイント

“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・ビジネスモデルを見極めるポイントを解説します。

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

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。

稲川 茂樹



地方LPガス会社の後継者として選んだ「1Dayリフォーム事業」の取り組みと立ち上げ成功までのプロセス

ポイント

ガス会社の後継者であるゲスト講師が「将来に向けて何を考え、どのような戦略を採ったのか？」をお話しいただくとともに、同社が展開した「1Dayリフォームビジネス」の立ち上げエピソード、成功のポイントを解説していただきます。

有限会社岡庭設備燃料 店長 岡庭 光史氏

岐阜県中津川市でLPガス事業を中心に展開。LPガス売上の減少を見据え、今後の事業の柱としてリフォーム事業展開を決意し、2018年4月にリフォーム専門ショールームを出店。5万人という超小商圏で取り組み初年度に年商1億円までリフォーム事業を成長させた。地域のお客様に必要とされるお店になれるように業務に取り組んでいる。



モデル企業の成功要因とビジネスモデルの具体的な実践方法を解説

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

東京都江戸川区生まれ。大学在学時は経営学を専攻し、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小商圏ビジネスモデルであるリフォーム・小工事専門店（1Day Reform）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っている。

谷 清



今後生き残る強い会社にもモデルチェンジするための条件

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“いま取り組ま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。

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/098781>

船井総研 098781

検索

【TEL】0120-964-000（平日9:30~17:30）

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

※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

また、お問い合わせの際は、「お問い合わせNOとセミナータイトル」をお伝えください。

