

ガス外収益を本気で伸ばしたい **事業者必見**

初月
から

給湯器販売が

3倍 になった方法

給湯器専門店を出店

初期投資

500万円

粗利率

40%超

月商

1,500万円



株式会社カナメ

代表取締役

矢端 要一氏



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!

1拠点1億円・営業利益率15% 給湯器専門店立ち上げセミナー お問い合わせNo. S101757

主催

オンライン 2023年 7月31日(月)・8月4日(金)・9日(水)

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。
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。) → 101757

特別紙上インタビュー



株式会社カナメ
代表取締役 矢端要一 氏

地方のLPガス販売店が
わずか1年で
給湯器販売量3倍
売上250%アップ!!
“給湯器専門店”という名の
新たなビジネスモデルとは？



株式会社船井総合研究所
リーダー 稲川茂樹

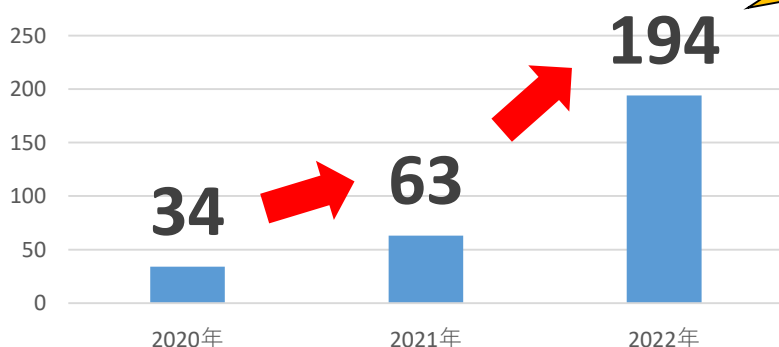
【矢端要一氏 プロフィール】

群馬県前橋市に本社を置くLPガス販売店。代表に就任して約1年後に東日本大震災を経験。その際に東北のガス販売店の応援に訪れ、事業存続が不可能な状況でありながら、地域に必要とされる以上存続を即決した姿を見て、地域のガス供給業者としての使命感をあらためて感じ、地域に必要とされる会社を目指してきた。ガス会社としてにとどまらず、地域の生活を支える会社として、住宅設備の取り付け、修理にも事業領域を広げ、2020年にリフォーム専門店を出店。わずか2年で年商1.2億円2店舗を構えるまでに成長。

「給湯器・コンロリフォーム専門店」取り組み後の推移

**ガス給湯器・灯油給湯器・エコキュートが、
出店直後から300%成長！**

給湯設備の年間販売台数推移（台）



株式会社カナメは元々水廻りリフォームで業績を伸ばすことに成功していたガス会社だが、地域柄、冬場はリフォームの集客が低迷しがちだった。そこで、冬場に壊れやすい給湯設備に着目して、2022年に給湯器と水廻りリフォームの併設型リフォーム専門店を出店した。この劇的な数値の変化も一つの成果と言える。



地域に必要とされる会社になるためには存続のための拡大を図る必要があった。

なぜ、「給湯器の専門店」を出そうと思いましたか？

矢端氏「理由は2つでした。一つ目はやはりガス収益依存からの脱却。二つ目は、リフォームの冬場の売上落ち込みを抑えるため。一つ目に関しては、恐らくどの販売店さんも同じでしょうが、ここからガス収益を伸ばすのは難しいし、下がっていくことでしょう。売上が立たなければ当然、地域に必要とされる事業は展開できない。だから経営者としてバトンを渡す前に、ガスに頼らない、そのような体制を作りたいかったです。二つ目については、水廻りのリフォームも弊社は展開していて、売上も上がっているのですが、冬場が弱い(笑)どこもそうでしょうが、冬場に水廻りはお客さんも頼まないんですよね。だから給湯設備も専門店化させて取り組もうとしました。」

ガス外収益拡大を目指して、リフォーム事業の中でも給湯器やトイレなどの小工事に取り組んだ理由とは？

矢端氏「まず一つ目の理由ですが、実は弊社の場合、機器交換リフォーム以外にもチャレンジはしてきていたんです。例えば、水の配達や大きめのリノベーションだったり。**水の配達は遠方から依頼がある割に、利益が残らずで、大きめのリノベーションは集客も施工体制も地方のガス会社の既存のノウハウでは難しかった。**そして二つ目の理由ですが、弊社の売上構成です。壁になったのが、**大きな法人の1億規模の設備工事で、これが取れるかどうかで業績が全く変わっていたんです。**不安定さがあったんです。しかもキャッシュフローも悪化します。そうすると、**需要が安定していてコンスタントに安定受注できる**ガス外収益のビジネスが必要になって、**10万円～20万円の機器交換リフォーム**にたどり着いたんです。」

給湯器専門店・機器交換リフォーム専門店ともに急成長。そのポイントとは？

矢端氏「これは、**新規のお客さんにも頼まれる事業**にしたことに尽きますね。私達の場合、諸般の事情から、**ガス顧客が多い本社のある前橋には出店していない**んです。出店したのは隣の伊勢崎市。これがむしろ功を奏したと実感しているんです。普通ガス会社や販売店であれば、ガスのお客さんにどうやってガス外商品を買ってもらうかを考えるじゃないですか。でも始めるにあたって船井総合研究所に、新たなエリアに出店した方が良いと言われたんですよ。**地方の販売店のガス顧客数って恐らく数百から多くて数千ですよ。そうすると売上は頭打ちして、1億は苦勞しますよって。**当初は本当かよ～と思いましたけど(笑)でも試しにやってみようと展開したら、一気に売上が伸びた。もちろん、既存のガス顧客からのリフォーム依頼も伸びました。なんでかなと考えると、答えはシンプルで新規の方が集客難しいじゃないですか。既存顧客なら今までのお付き合いで買ってくれますけど、**あえて新規でも頼みたい商品やサービスを作りこんだから、新たなお客さんも既存のお客さんも買ってくれるようになったんだと思います。」**

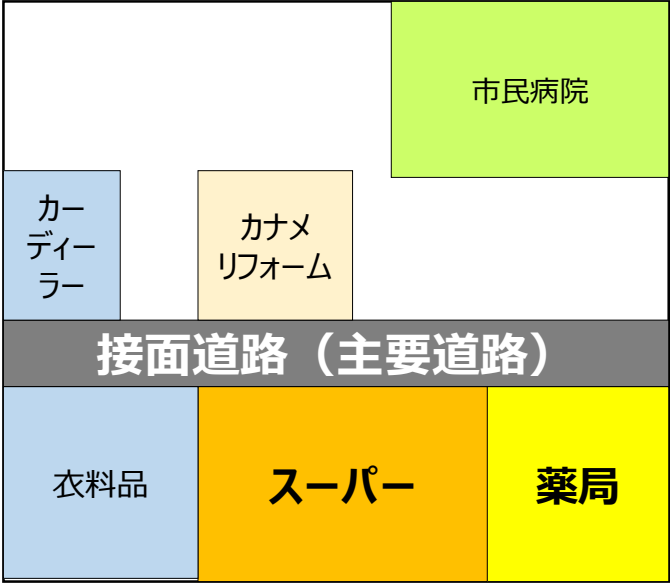
売上・資金繰りの安定、それから高い粗利率。バランスの取れた事業が、機器交換リフォームだった。

既存のガス顧客だけに捉われず新規顧客にも選ばれる商品とサービスが、弊社の成長を後押しした。

	総現調数 (総見積数)	現調数(見積数)					現調率	見積総額	見積単価
		新規系 (A)	OB系 (A)	新規系 (W)	OB系 (W)	その他			
	(単月)	(単月)	(単月)	(単月)	(単月)	(単月)		(単月)	(単月)
2020年12月	34	25	7	2	0	0	100.00%	11,930	351
2021年1月	23	18	3	0	0	2	100.00%	3,742	163
2021年2月	21	12	9	0	0	0	100.00%	4,837	230
2021年3月	33	22	11	0	0	0	100.00%	3,391	103
2021年4月	38	16	18	3	0	1	100.00%	9,016	237
2021年5月	37	24	9	2	0	2	100.00%	11,745	317
2021年6月	20	13	6	1	0	0	100.00%	5,010	251
2021年7月	43	23	14	5	0	1	100.00%	8,370	195
2021年8月	26	12	11	2	0	1	100.00%	3,554	137
2021年9月	25	12	10	2	0	1	100.00%	10,001	400
2021年10月	27	15	10	2	0	0	100.00%	7,695	285
2021年11月	31	13	13	5	0	0	100.00%	5,542	179
2021年12月	25	12	8	5	0	0	92.59%	4,081	163
2022年1月	47	13	19	15	0	0	90.38%	11,704	249
2022年2月	29	10	11	8	0	0	85.29%	6,208	214
2022年3月	31	7	19	5	0	0	91.18%	5,459	176
2022年4月	40	16	14	9	1	0	86.96%	15,343	384
2022年5月	34	16	10	8	0	0	100.00%	12,592	370
2022年6月	35	17	16	2	0	0	85.37%	6,007	172
2022年7月	32	16	9	7	0	0	88.89%	9,283	290
2022年8月	32	5	18	9	0	0	91.43%	10,406	325
2022年9月	29	7	15	7	0	0	87.88%	5,903	204
2022年10月	31	8	14	9	0	0	86.11%	8,147	263
2022年11月	34	9	14	11	0	0	89.47%	8,392	247
2022年12月	46	19	19	8	0	0	86.79%	10,092	219
2023年1月	64	25	19	20	0	0	96.97%	19,168	299
2023年2月	51	24	14	13	0	0	94.44%	14,514	285

出店してからの集客推移 この85%が成約となる新規顧客を中心に依頼を受け、新たな名簿からリピートを年々増やしている。

カナメリフォームの出店立地略図
市民の集まりやすいスーパーや薬局の向かいに出店。200m先からでも目立つ看板を設置し、新規顧客にも認知されるように展開している。



最初こそ不安だったが、
いざ取り組んでみれば
良いことの方が多かった。

新規向けの販促は勇気が要ったと思いますが、 どんな販促を、どのくらいの規模で実施されましたか？

矢端氏「新規向けの販促は今までしてこなかったもので、不安はありましたね。ちゃんと集まるかなとか、クレームもらわないか、とか…。でもこれらは杞憂に終わりました。主に実施したのは新聞への折込チラシですね。月5万枚くらい折込をして、20件以上の新規依頼が来ていました。今は、Web問合せの需要も増えていますので、こちらを強化しています。チラシやWeb広告を合わせて1ヶ月40～50万円の新規向け販促投資をして、1,000万円前後の見積もり依頼を頂いている、というのが費用対効果の状況です。」

トイレ・給湯器を中心に月間約50件集客している

引き合い時点	便座	トイレ	給湯器	コンロ	洗面台	レンジフード	風呂	キッチン	その他
2020年9月	2	18	2	0	1	0	0	0	7
2020年10月	2	10	3	0	7	0	2	1	7
2020年11月	2	7	4	0	0	0	2	1	12
2020年12月	2	14	2	1	1	0	2	0	23
2021年1月	2	6	3	1	2	0	1	0	12
2021年2月	0	5	0	1	1	1	2	1	14
2021年3月	2	7	6	1	1	0	0	0	22
2021年4月	2	13	2	5	2	2	2	0	19
2021年5月	2	12	3	0	1	1	4	1	16
2021年6月	0	8	2	2	0	0	0	1	9
2021年7月	1	18	2	2	2	1	0	1	19
2021年8月	0	8	5	1	1	0	0	0	11
年計	17	126	34	14	19	5	15	6	171
割合	4.18%	30.96%	8.35%	3.44%	4.67%	1.23%	3.69%	1.47%	42.01%
2021年9月	2	8	2	1	2	0	1	0	11
2021年10月	0	11	1	1	2	1	2	1	13
2021年11月	1	11	4	0	2	1	1	1	12
2021年12月	1	12	4	1	3	0	2	0	6
2022年1月	1	16	12	0	2	0	4	1	19
2022年2月	1	12	4	3	3	2	3	0	14
2022年3月	0	11	5	1	4	1	2	1	15
2022年4月	1	18	6	5	6	4	8	2	16
2022年5月	0	19	6	0	3	1	1	2	7
2022年6月	0	13	10	2	2	2	0	0	18
2022年7月	1	18	5	0	2	1	2	0	11
2022年8月	2	9	4	3	3	3	1	5	12
年計	10	158	63	17	34	16	27	13	154
割合	2.03%	32.11%	12.80%	3.46%	6.91%	3.25%	5.49%	2.64%	31.30%

二種類のチラシを作成し、時期によって折り込み方を変えている



多店舗展開で
10億円まで成長する、
という展望が見えた。

これからの展望を教えてください。

矢端氏「本当は、社長業をリタイアしたらコンビニをやって、ゆっくり生活しようかなと思っていたんですけど(笑)もう覚悟を決めて会社を成長させていきたいですね。

まずは会社として年商10億円を達成させていきたいですね。そのためには、リフォームで3店舗約4億円を目指したいです。2022年末に2店舗目も出店することができました。この店舗を成長させて3店舗目の足掛かりにしていきたいと思います。社員にも本当に誇りをもって働ける、そんな会社づくりも進めていきたいですね。」

カナメリフォーム 伊勢崎店

1店舗目となる
基幹店舗。
トイレを中心に
お風呂、洗面、
キッチン、コンロ
を実物展示。



カナメリフォーム 玉村店

従来の機器交換リフォームに加えて、さらに給湯器の台数を伸ばすべく、より給湯器に特化させて給湯専門店を併設。

伊勢崎店からは車で20分程度のエリアに位置し、伊勢崎店と連携を取りながら、業務を展開している。

**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 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**

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、給湯器やトイレなどに特化
し、ガス屋としての強みを活かす商材、ビジネスモデル
を構築すること。**

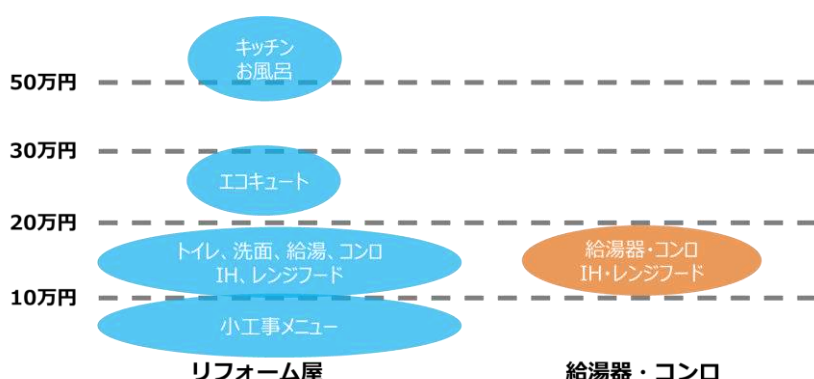
（給湯器専門店や機器交換リフォーム専門店）

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？

競合他社がないブルーオーシャン市場

給湯器・コンロ専門店では、様々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きます。



集客

給湯器・コンロ専門店ビジネスモデル解説

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”発想で取り組み、安定集客を続けることが可能になるのです。



収益

給湯器・コンロ専門店ビジネスモデル解説

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さま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・営業力く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、**粗利率は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

給湯器・コンロ専門店ビジネスモデル解説

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、更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。



電気店業界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！

1拠点1億円・営業利益率15% 給湯器専門店 立ち上げセミナー

オンライン

2023年7月31日(月)・8月4日(金)・9日(水)

【時間】13:00～16:30(ログイン開始:12:30)

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事業者であれば、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。

このセミナーで学べる内容の一部を次のページでご紹介します。

本セミナーで

お伝えする最新ノウハウとポイント

Web×チラシで月80件集客する成功事例

ポイント1 超効率営業を可能にする！
成功企業の商圈設定方法

ポイント2 新規反響率1/3000!高反響チラシの作り方

ポイント3 ガス機器特化のホームページと
高反響を生み出すショールームの作り方

粗利率45%を生み出す商品設計と販売手法

ポイント1 給湯器・コンロ専門特化！
粗利率45%超企業の商品設計方法を大公開！

ポイント2 オープンマーケットで高粗利を作る！
ガス顧客に依存しない販売手法！

ポイント3 スピード対応が高粗利商品販売のカギ！
成功事例企業が活用する即販売ツール大公開！

既存人員で開始した成功企業の運営手法

ポイント1 ガスの検針担当でも無理なく売れる
誰でもすぐ売れた！営業ツール大公開！

ポイント2 案件数増でもしっかり回る！成功企業の配客術

ポイント3 ガス工事初心者でも即現場に出られる！
成功企業の現調ツール大公開！

1拠点1億円・営業利益率15% 給湯器専門店立ち上げセミナー

講座内容&スケジュール

オンライン開催

2023年 7月31日(月)・8月4日(金)・9日(水) 13:00~16:30 (ログイン開始: 12:30)
申込期限: 7月27日(木)・7月31日(月)・8月5日(土)

※講座内容はすべて同じです。ご都合の良い日時をおひとつお選びください。
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。
セミナー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 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、及び社長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。

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

ゲスト
講師

給湯器販売台数昨対300%! 見積総額2倍にした給湯器専門店複合出店の取り組み大公開!

ポイント

機器交換専門店と給湯器専門店の複合出店することで年商1.2億円、月間見積金額2,000万円を安定集客できた、起ち上げの背景と成功の秘訣を大公開!

株式会社カナメ 代表取締役 矢端 要一氏

群馬県前橋市を拠点とするLPガス販売店。先代より会社を引き継ぎ、現在に至る。当時は恵まれた事業環境であったが、現在に至るまでの間で同業者間競争やエネルギーの自由化を目の当たりに、環境に適応していくことの必要性を感じていた。地元のカス会社として本当に必要とされる会社づくりを改めて見直し、一般顧客向けリフォーム事業の強化を決意。2021年3月にカナメリフォームを出店し、1年半で年商1.8億円を達成。地域に必要とされる会社のために日々邁進している。



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

谷 清

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。



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。

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/101757>

【TEL】0120-964-000 (平日9:30~17:30)

※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、お問合せの際は「お問合せNOとセミナータイトル」をお伝えください。

