

業績好調ガス会社の 取り組みを徹底解剖

2023年10/25 水

先着50名様限り

わずか
2年で

ガス外 売上+1.5億円

を達成した中小ガス会社

店舗視察&社長講演セミナー in 群馬

地方商圈でも実現できる！
“ガス収益依存”からの脱却
に成功した企業を見に行こう!!

ガス機器交換の専門店
をオープンしてから、
お客様だけでなく、地域の
新規のお客様からも依頼が
舞い込むようになりました。

視察で学べるポイント

- ・成功企業のビジネスモデル
- ・機器交換リフォーム繁盛店づくり

開催
日時 2023年
10月25日 水

集合&
開催場所

JR高崎駅 13:00~17:00 (受付12:30~)
(視察先:群馬県伊勢崎市・玉村町/株式会社カナメ)

主催



明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

1Day Reform研究会2023年モデル会員視察 お問い合わせNo.S104864

船井総研研究会事務局

E-mail:1dr@funaisoken.co.jp TEL:03-6212-2931

(平日9:30~17:30)

株式会社船井総合研究所 〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6日本生命丸の内ビル21階

※お問い合わせの際は(タイトル・お問合せNo・お客様氏名)を明記の上、ご連絡下さい。

© 2023 Funai Consulting Inc. All Rights Reserved.

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。)

104864

104864

特別紙上インタビュー

機器交換だけで
年商+1.5億円
ガス収益依存体質を
真正面から変革した
2年間の取り組みの軌跡



株式会社カナヌ
代表取締役 矢端 要一 氏



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たためて感じ、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3年で年商1.5億円2店舗を構えるまでに成長。

「機器交換リフォーム専門店」取り組み後の推移

(単位：千円)	令和元-2	令和2-3	令和3-4
年商	678,000	723,000	762,000
ホームエネルギー	409,000	378,000	445,000
住宅設備機器	83,000	113,000	139,000
設備工事	106,000	181,000	144,000
その他	80,000	51,000	34,000

単位：千円	2020年（2019年期）	2021年（2020年期）	2022年（2021年期）	2023年（2022年期）
住宅設備機器全体売上	83,000	114,000	139,000	180,000
新規向けリフォーム	0	30,000	59,000	90,000
ガス顧客向けリフォーム	83,000	84,000	80,000	90,000

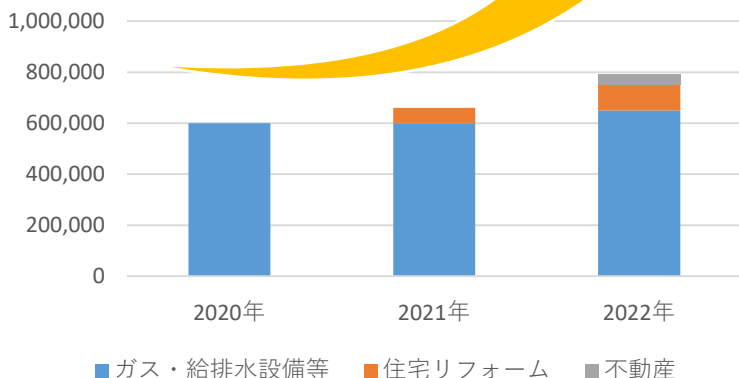
3年で増収しつつ
ガス収益依存度を
下げること成功

機器交換リフォーム専門店に取り組む前後はどのような売上構成でしたか？

矢端氏「元々のうちの会社の売り上げ構成は、ガスが約6割、住宅設備機器が約1割でした。また、そのすべてがガス顧客からの売上でした。本格的に機器交換リフォーム専門店へ取り組むことで、機器交換だけで年商1.5億円を達成することができました。さらに、ガスの収益依存を脱却することに成功しました。」

リフォーム参入で平均115%/年成長を実現 年商+1.2億円を達成！

単位：千円



2020年までは完全にガス収益依存体質。長らくこの状態が続いていた。2021年期にあたる2020年9月にリフォーム専門ショールームを出店し、110%成長を実現。2022年期はさらにリフォーム売上を伸ばし、120%成長を達成。



地域に必要な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

何故突然取り組みを進めようと思われたのですか？

矢端氏「現状だけを見れば、今の従業員だけを雇用して、しばらくやっていけるとは思うんです。ただ、**ガスそのものの収益は今後減る見通しで、若い従業員やこれからも地域に必要とされるためには、会社を残していく選択をしなければいけないと思ったんです**。恐らくこ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んです。」

ガス外収益拡大を目指して、

なぜ機器交換リフォームを選択したのでしょか？

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**。

機器交換リフォーム専門ショールームを出店し、2年で1.2億円達成。そのポイントは？

矢端氏「これは、**新規のお客様にも頼まれる事業**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研さんに、**新たなエリアに出店した方が良いと言われたんです**。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思えば、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、新たなお客様も既存のお客様も買ってくれるようになったんだと思います**。

需要の安定と資金繰りの安定、これができたのは、機器交換リフォームだけ

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

	総集客数 (総見込数)	現調数(見込数)					現調率	見込総額	見込単価
		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)
2020年9月	28	28	0	0	0	0	100.00%	5,276	188
2020年10月	26	22	4	0	0	0	100.00%	7,125	274
2020年11月	27	18	9	0	0	0	100.00%	7,130	264
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%	3,564	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%	7,895	286
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	96.98%	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%	8,783	274
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	97.88%	5,948	205
2022年10月	31	8	14	9	0	0	95.11%	7,947	253
2022年11月	34	9	14	11	0	0	89.47%	7,651	225
2022年12月	49	21	20	8	0	0	90.74%	9,831	201
2023年1月	34	12	14	8	0	0	94.44%	7,637	225

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。

「
問題
は
杞
憂
で
し
た
」
と
い
う
声
が
あ
っ
た
と
い
う
話
が
あ
っ
た
。

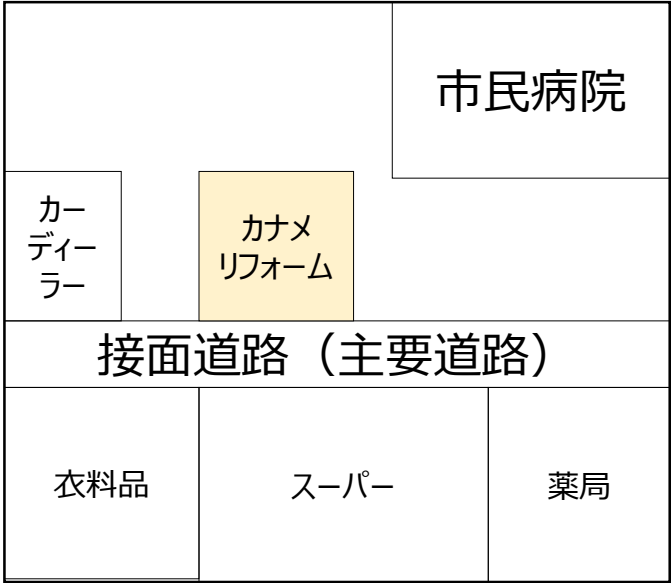
新規向けの販促は勇気がいったと思いますが どのようなことを実施されましたか？

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。主に実施したのは折込チラシですね。5万枚くらい月間に折り込みました。それで20件くらいの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。1,000万円前後の見積もり依頼を頂いています。」

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%

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。



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



多店舗展開して
会社として
10億円を
達成したい

これからの展望を教えてください。

矢端氏「本当は、社長業をリタイヤ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、リフォームで三店舗約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、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・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。

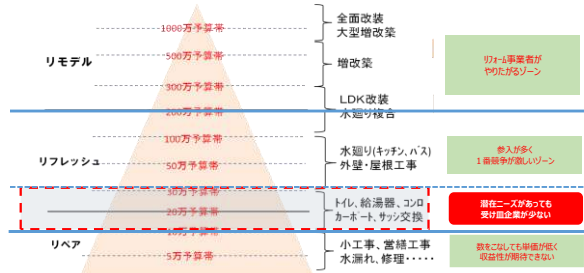
②市場に競合が少ない、大手が入らない領域

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、1,000万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。



戦略づくり

1. 全国の新規参入企業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. 既存顧客基盤を活かして、収益アップに繋げ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、自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2,000万円超の見積を安定獲得！
成功企業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[®]テクニック

営業力強化

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、**成功企業視察と2時間の講座**で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、**無料個別相談**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**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。

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

10月25日（水）カナメリフォーム視察ツアースケジュール

時間 (目安)	12:30～14:00	14:00～15:10	15:10～17:00
詳細	1 12時30分 高崎駅 集合 移動 チャーターバスで移動 伊勢崎店 カナメリフォーム到着 現地視察 玉村店	2 伊勢崎店 カナメリフォーム到着 現地視察 玉村店 伊勢崎店	3 玉村店 カナメリフォーム到着 現地視察 伊勢崎店 15時10分 高崎駅 到着 4 カナメリフォーム矢端氏よりご講演 5 船井総合研究所よりまとめ講座 17時00分 高崎駅 解散

お申込みはこちらからお願いいたします。

船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)
右記検索窓にお問合わせNo104864を入力、検索ください。



※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、お問合わせの際は「お問合わせNoとセミナータイトル」をお伝えください。

開催要項

開催日

2023年 10月25日 (水)

開催要件

お申込み期限
2023年10月21(土)

集合
場所 : JR高崎駅 開始 13:00 ~ 終了 17:00
(受付12:30~)

※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、会場はメールにてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いは致しかねますので、ご了承下さい。※移動中の交通事情により解散時刻がずれ込む場合がございます。ご了承下さいませ。

受講料

一般価格 30,000円 (税込33,000円)/1名様

会員価格 24,000円 (税込26,400円)/1名様

※1Day Reform研究会会員価格

1名様無料 2名様以降 24,000円 (税込26,400円)/1名様

●ご入金の際は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。受講料のお振込みは、お申込み後速やかにお願いいたします。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、下記のお申込み担当者へご連絡ください。なお、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きます。●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(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。●ご参加を取り消される場合は、開催3日前までに事務局宛にメールまたはお電話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。

下記口座に直接お振込ください。

《お振込先》三井住友銀行(0009)近畿第一支店(974)
普通No.5785424

口座名義:カ) フナイソウゴウケンキユウシヨ
セミナーグチ

●お客様の都合で、ご参加を中止される場合は、左記の取消料をお支払いいただきます。

●ご参加を取り消される場合は、事務局宛にメールまたはお電話にてご連絡ください。キャンセル期日以降の取り消しの場合はキャンセル料として申し受けますので、ご注意ください。

●ご入金の際は、税込金額でのお振込みをお願い致します。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。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、下記お申込み担当者へご連絡ください。なお、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きます。

●添乗員は同行いたしません。担当コンサルタントが同行いたします。

●最少催行人数10名(出発日から5日前までに最低出発人数のご予約がない場合は中止とさせていただきます。)

●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)へご入会のお客様のお申込みに適用します。

●詳しい旅行条件を説明した書面をお渡しいたしますので、事前にご確認の上、ご契約ください。

●当視察セミナーでは、当社が手配した交通手段以外でのご参加はご遠慮いただいております。

お申込み取消時期

取消料

開催日の前日から起算して11日前まで

いただきません

開催日の前日から起算して8~10日前まで

旅行代金の20%

開催日の前日から起算して2~7日前まで

旅行代金の30%

開催日の前日

旅行代金の40%

開催日の当日

旅行代金の50%

ツアーの開始後の解除または無連絡不参加

旅行代金の100%

お問合せ先

●申込みに関するお問合わせ:栗林ひかり(クリバヤシヒカリ)

●内容に関するお問合わせ:稲川茂樹(イナガワシゲキ)

TEL:03-6212-2931

(平日9:30~17:30)

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頂き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。

※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、お問合わせの際は「お問合わせNoとセミナータイトル」をお伝えください。

