

年商2億円未満の地方のガス会社が 即時売上UPする戦略&事例

成功事例

社員4名のLPガス販売店が

機器交換ビジネス

でガス外売上+1億円



開催日時 **2024年4月25日** 木

14:30~17:30 [受付開始 14:00~] | TKP新橋汐留ビル



ゲスト講師

有限会社 岡庭設備燃料
(岐阜県恵那市)
店長 **岡庭 光史** 氏

主催

サステナブルグロースカンパニーをもっと。
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

小規模ガス会社のガス外収益UP最新事例セミナー
お問い合わせNo.S112839
船井総研セミナー事務局 E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp
船井総研大阪本社ビル ※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。

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。) → **112839**

年商2億円未満
のガス会社
必見!!

機器交換(給湯器 トイレ コンロ等)リフォーム専門店を起ち上げて、 1~2年で売上アップに成功した事例が続出!

プロパンガス販売

関西プロパン瓦斯株式会社(三重県)



人口6万人の小商圏で立ち上げ
わずか2年で年商+1億円

プロパンガス販売

西部燃料株式会社(福井県)



競合が多い商圏でも
参入2年で年商+6,000万円

プロパンガス販売

株式会社くさか(京都府)



人口7万人の小さな町で
取り組み2年で年商+1.7億円

プロパンガス販売

株式会社カナメ(群馬県)



新規参入から急成長!
わずか2年半でリフォーム年商1.3億円を突破

プロパンガス販売

有限会社岡庭設備燃料(岐阜県)



町のガス屋の後継者の挑戦
1年半で年商+1億円達成!

プロパンガス販売

株式会社イナセ(埼玉県)



参入後1年で、地域1番店クラスに。
売上3倍、年商+2.5億円

プロパンガス販売

日高ガス株式会社(埼玉県)



リフォーム店舗出店から1年で
年商+4,000万円を達成!

プロパンガス販売

株式会社コジマガス(愛知県)



リフォーム参入1年で
+6,000万円を達成!

プロパンガス販売

株式会社みずの(京都府)



業態転換からV字回復を実現。
参入後1年で売上170%成長、年商+5,000万円

プロパンガス販売

ニイミ産業株式会社(愛知県) ※店舗は三重



人口わずか4.5万人の小商圏でも
参入2年で年商+6,000万円突破

プロパンガス販売

亀岡ガス販売株式会社(愛媛県)



起ち上げから3ヶ月でも集客急増!
月30件、600万円の見積依頼

プロパンガス販売

平本商事株式会社(東京都)



既存社員2名で起ち上げに成功!
1年目で年商+5,000万円

特集

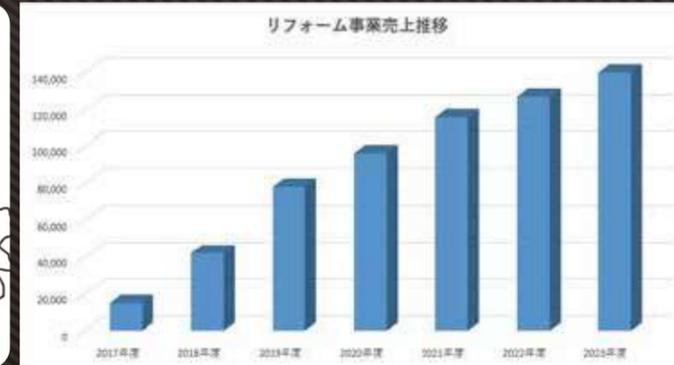
地方の小さなガス会社が売上急成長!

&

“脱・ガス依存”

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。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定し、2018年4月にリフォーム専門ショールームを出店。取り組み初年度に年商1億円まで成長させる。現在はさらなる地域シェアアップのために多店舗展開や人材育成に邁進中。



なぜ機器交換ビジネスに着目したのでしょうか?

もともとは私自身、ガス屋として既に取り組んできた機器交換の仕事に、年商を1.5倍、2倍…に増やす可能性があるなんて思いもしませんでした。

きっかけはガス業界の“外”に目を向けたことです。私たちが既存の顧客に対して何気なく提供している機器交換工事ですが、世の中には意外にも「どこに頼んで良いかわからない」という消費者も多く、対応に時間がかかる上に費用も高い工務店やリフォーム会社に頼んで後悔しているケースがあることに気が付きました。

そのような中で「機器交換だけで年商2億円、10億円、果ては50億円」といった規模で増収増益を達成している会社もあることを知りました。さらに、20億円とか50億円の規模になると広域なエリア展開をしている会社ばかりですが、2億円規模なら人口20万人程度のエリアで地域密着の会社が達成した事例がいくつもあることがわかり、自社でも取り組んで成果が出そうだと感じたのが着目したきっかけです。



ガス機器交換専門業態で増収増益を続けているガス会社が実は増えていた。(写真:株式会社エネチダ給湯王)

地域密着にも関わらず、毎月それだけ多くの反響を得られているのはなぜでしょうか?多額の広告宣伝費がかかりそうな気もしますが…?

広告費は他社よりもかけていると思いますが、それでも売上の7%程度です。上手に販促投資をすればするほど売上も利益も増えるのであれば、積極的にかけた方が良いに決まっています。

もちろん「広告をたくさん出せば良い」というわけではなくて、効果が出るやり方で実践する必要があります。かく言う私も最初は見様見真似で折込チラシをやってみましたが、30万円かけて反響は5~6件という大失敗をしました。私たちが限られた広告費でも集客を増やせた最大の理由は、広告費の3割を地域のお客様に認知されるような「ショールーム型店舗」に投資しているからです。20坪で家賃は月20万円ほどの小さなショールームですが効果は絶大で、「機器展示がどこよりも豊富なショールーム店舗」&「品揃えを訴求するチラシ」&「地域内の施工実績や評判を見せるホームページ」の3つの販促をバランスよく実施してから、地元だけで多くの反響が舞い込むようになりました。



他のガス会社や家電量販店、ホームセンター、リフォーム会社…競合で溢れた市場のように思えますが、利益は出るのでしょうか?

私たちの実情としては平均で37%前後の粗利率を確保することができます。おそらく平均よりは高い利益率ではないでしょうか。

もちろん、何も戦略がない状態でガス機器やトイレ交換をやっていたのでは、競争が激しすぎてまともに利益を取れないと思います。現に多くの工務店やリフォーム会社が機器交換に積極的に取り組まない理由が「単価が小さい上に利益率が低くて儲からないから」だそうですね。

私たちの利益率が高い理由は「地域で1番の機器交換工事を集客していること」と「ガス会社の強みを活かした自社施工・スピード対応」にあります。人口12万人程度の中津川・恵那で、月に60件もの機器交換工事を集客できているので、自社で段取りをすれば近くのエリアで1日に2~3件の工事をまとめることができるようになりました。

そうすると、同じ1件の工事でもそこにかかる工事原価を1/2~1/3に削減することができます。また、仕入量も増えるのでより安い原価で機器を仕入れられるようになります。つまり、地域密着で他社よりも圧倒的に多い集客数と、自社社員による1日複数現場施工によって「他社より安くても利益率が高い」という状態を作ることができたというわけです。



これだけの目玉価格商品であっても受注後の平均粗利率は37%超。コストダウンはもとより、商品ラインナップと値付けにもノウハウがある。

ガス機器からトイレ、浴室…と設備交換にまで手を広げていくと、取引先の住宅会社・工務店との関係に影響がありそうですが…?

私自身はあまり気にしていませんでしたが、社長である父や長く働いていただいているベテラン社員は「あまり目立つと建築屋さん達に良く思われんないんじゃないか…?ほどほどにするのが良いんじゃないか…?」と、地場の工務店さんからの見られ方を気にしていました。

しかし結果としては、取引が消滅することもなければ、関係性が悪化することさえありませんでした。なぜかというと、工務店や建築屋さんと呼ばれる方々は「単価10万円、20万円の機器交換はやりたくないから」ということに尽きると思います。あちらは単価で言うなら100万円、500万円、1,000万円…という規模のリフォーム工事を受注してナンボですから、数十万円の工事に走り回る仕事を喜んだりはしません。機器交換は「小さなエリアで効率よく、自社工事で低コストにやるから儲かる」んです。

私たちの会社では建設業許可を持っていませんから、500万円を超える改修工事は請けることができません。ですから「小さな工事はウチに任せてください。その代わりにお客さんから大掛かりなリフォームの相談があったら、〇〇工務店さんをご紹介しますね。」というかたちで、地元業者同士の良好な協力関係を築けています。

他では絶対に聞けない! セミナーで **学べること** 一覧 & ゲスト講師事例

学べること

- ❑ 全国で業績が上がっているプロパンガス会社の取り組み
- ❑ 地方のLPガス会社が勝ち残るために選ぶべき戦略
- ❑ ガス屋としての強みを活かした新規ビジネスモデル
- ❑ 成功する機器交換リフォーム事業の立ち上げ手法
- ❑ ガス事業の既存社員を機器交換リフォームのみで月300万円売る営業マンに育てた方法

このような方におすすめ

- ❑ ガス業界の先行きが不安な方
- ❑ ガス顧客の減少に悩んでいる方
- ❑ ガス事業と雇用の存続に危機感を感じている方
- ❑ ガス事業以外に新たな収益事業を作りたい方
- ❑ 全国各地の「業績が上がっているプロパンガス会社」の取り組みが知りたい方

WEB×チラシで月60件集客する成功事例

- 30万円の販促コストで20件の反響を獲得した高反響チラシの作り方
- 広告費25万円で20件の機器交換案件を集客し続けるホームページの作り方&運用術
- 既存顧客1,000件から毎月20件以上の機器交換依頼を獲得するレポート創出の極意



地域密着のガス会社が“機器交換ビジネス”で高成長できる理由

① 本業と親和性が高い

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 競合が少なく大手が入りにくい

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 営業力や経験に依存せず売れる

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、素人でも数カ月間で工事を覚えて管理することができます。

④ 低投資かつ利益率が高い

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。地元商圏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、1Dayリフォームの大きなメリットです。

粗利率40%~を生み出す商品設計と販売手法

- 給湯器・コンロに専門特化して粗利率40%で受注しているガス会社の商品設計方法を徹底解説
- 平均粗利率を25%→37%に引き上げた商品仕入&工事段取りの改善ポイント

品名	仕入単価	販売単価	粗利率
給湯器	100,000	140,000	40%
コンロ	80,000	116,000	32%

スピード対応が高粗利商品販売のカギ! 成功企業が活用している**即時見積もり&即決促進ツール**を大公開

既存人員で開始した成功企業の運営手法

- ガスの検針担当でも無理なく売れる営業未経験スタッフのための**即戦力化ツール**の内容
- 既存業務との兼任体制でも、**1人あたり月15件~**の機器交換案件を安定的に回す**業務オペレーション**
- ガス工事初心者でも即現場に出られる**現場調査ツール**とその使い方!



このような内容を、**3時間**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。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**を解説する今回の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話ですが、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させていただきます。一般の方でも1名様わずか税込22,000円(会員税込17,600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場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。

小規模ガス会社のガス外収益UP最新事例セミナー

東京
開催

2024年 申し込み期限 2024年4月21日(日)
4月25日(木) (受付開始: 14:00)

TKP新橋汐留ビジネスセンター
東京都港区新橋4-24-8
[JR「新橋駅」鳥森口 徒歩4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、会場はマイページ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 20,000円 (税込22,000円) /一名様

会員価格：税抜 16,000円 (税込17,600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。

講座

セミナー内容

第1講座

14:30

↓

15:00

小規模ガス事業者の未来、明暗を分ける戦略の違いとは

“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

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小商圏ビジネスモデルであるリフォーム・小工事専門店 (1 Day 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。



第2講座

15:00

↓

15:40

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

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、どのような戦略を取ったのか？」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定し、2018年4月にリフォーム専門店を出店。5万人という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。



ゲスト
講師

第3講座

15:40

↓

16:40

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

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の一つひとつをご紹介します。

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

林 秀紀

大阪府豊中市生まれ。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小商圏ビジネスモデルであるリフォーム・小工事専門店 (1 Day 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

16:40

↓

17:30

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

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

福島県須賀川市生まれ。早稲田大学法学部卒業後、2012年に株式会社船井総合研究所に入社。住宅リフォーム事業の新規参入および活性化コンサルティングで2015年チームリーダー昇格、2017年グループマネージャーに昇格。成熟マーケットで勝ち残るためのビジネスモデル転換を数多くプロデュースしている。特に異業種 (住宅、不動産、LPガス、専門工事業) からのリフォーム事業新規参入や、集客不振企業のマーケティング活性化 (WEB)、営業組織マネジメント改善などの領域において多数の実績がある。



お申込みはこちら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/112839>

船井総研 112839

検索



【TEL】0120-964-000 (平日9:30~17:30) ※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。 ※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索して確認ください。