



事業の
多角化
をしたい

空調部門
を設立
したい

下請工事
から脱却
したい

電気工事会社向け 法人向け空調工事参入セミナー

日 程
会 場

WEB開催① 2025年5月23日(金)
WEB開催② 2025年5月28日(水)
WEB開催③ 2025年6月 3日(火)

申込 銀行振込み：開催日6日前まで／クレジットカード：開催日4日前まで
期限 ※祝日や連休により変動する場合がございます

開催時間

16:00～18:00(ログイン開始 開始時刻30分前～)

参加料金

一般価格 10,000円(税抜) 11,000円(税込)／1名様
会員価格 8,000円(税抜) 8,800円(税込)／1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適用となります。

第一講座

設備工事業界の市場性

設備工事業界における市場性や業界動向を徹底的に解説。今後の電気工事会社が空調工事に参入するべき理由を整理します。

講師：株式会社船井総合研究所 大橋 優介

第二講座

電気工事会社が空調工事に参入して 新規法人を獲得する成功ポイント

空調工事をフックに次々と新規顧客を開拓し受注。電気工事とのセット提案も得意とし、空調・電気で企業へ入り込む。採用はしておらず、人員もそのままに空調工事フックに成功している事例を今回ご紹介！
ゲスト企業のプロマスト株式会社内藤社長による特別講演。

講師：プロマスト株式会社 取締役社長 内藤 嘉隆氏

第三講座

空調工事へ参入するにあたって 明日からすぐに取り組むべきこと

電気工事会社が空調工事を参入するにあたって「明日からすぐに取り組むべきこと」のポイントを絞ってお伝えいたします。

講師：株式会社船井総合研究所 小林 亮太

PCからのお申し込み

下記セミナーページからお申込みください。

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/125416>

QRコードからのお申し込み

右記のQRコードからお申込みください。

※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。



船井総研セミナー事務局

E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp
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。

空調工事に取り組むことで電気工事も受注できました!!

空調
営業経験
施工実績
元請経験

000
000
000

プロマスト株式会社
取締役社長
内藤 嘉隆氏

の電気工事会社が

業務用空調工事で

月30件受注

簡単新規参入セミナー

POINT 1 下請け工事脱却を空調工事で

POINT 2 飛び込みゼロWEBから新規法人開拓

POINT 3 法人集客平均月10組以上

【電気工事会社向け】法人向け空調工事参入セミナー

お問い合わせNo. S125416

サステナブルなグロースカンパニーをもっと。
Funai Soken

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 船井総合研究所大阪本社ビル

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)

→ 125416 検索

空調工事業への新事業参入！本業とのシナジー効果発揮！

施工実績0でも受注可能！ 電気工事会社の“新”元請戦略！



プロマスト株式会社
取締役社長 内藤 嘉隆氏



電気工事業界は、建設投資や再生可能エネルギー導入の増加を背景に市場規模が拡大傾向です。しかし、慢性的な人手不足が課題であり、生産性向上が急務となっています。業界内では、従来の下請け体質からの脱却を目指し、元請け比率を上げる動きが活発化しています。その一環として、専門性を活かした事業領域の拡大が進んでおり、特に電気工事と親和性の高い空調工事への参入が増加しています。

そのような中、**電気工事会社が民間工事・BtoBの業務用空調改修工事で圧倒的な集客・受注率・利益率**を誇り、これらを新規人材採用をせず**営業マン0人(作業員のみ)**で体現しているプロマスト株式会社 取締役社長の内藤嘉隆氏にインタビューしました。

――まずはプロマストについて教えてください。

愛知県刈谷市に本社を構えており、**創業10年目**となります。

現在拠点は全国にも展開しており、東京・大阪・福岡・仙台・沖縄と本社＋5拠点にて事業を展開しております。

電気工事の中でも**LED工事から事業をスタート**しておりまして、起業当時は3人でした。

まだまだ若い会社ではありますが、おかげ様で現在売上は10億円まで伸びまして、売上の比率としては、

公共工事は全くやっておらず、民間工事100%となっております。

元請工事と下請工事の割合は、3：7となっており、電気工事だけでは先細りしていくと感じ、**空調工事**などにも**事業展開**しております。

空調工事は知り合いの業者さんから事業付加の勧めがあり、始めたのがキッカケとなりますが、思い出してみると、当初は会社内で反対の声も多かったのを覚えております。

しかし、**電気工事だけでは未来はない**と感じていましたし、特にLED工事に注力していたこともあり、旬が過ぎ去ったあとは工事が無いという不安もあり、**空調工事は社内の声を押し切って事業化しました。**

――電気工事だけでは不安とありましたが、内藤社長が考える業界への不安や自社の不安・課題についてどのようなものですか？

やはり人手不足はありますね。特に若手が入ってこないというところです。また、仕事は自社で探していくしかないのですが、完工して売上が上がる私たちの業界では工事を終わらすというのが当たり前にメインになります。それと並行して

営業をしていくというのはかなりハードルが高く

時間もないというのが正直なところです。

他にも、社員さんの給料を払っていくには物価高の現状、工事費を上げるしかないのですが、今までのお付き合い先だけでは工事費を上げていくのはなかなか厳しい状況にあります。

そのため、**新規顧客の開拓は必須**だと私は感じておりました。

—その中で電気工事業の活性ではなく、
なぜ空調工事業の新事業進出を選択したのですか？

大きな根本としては、**ストックビジネス**をどれだけ獲得できるかということから考えております。



電気工事は一回工事したら終わりというのがほとんどです。
LED工事でしたら設置したら耐用年数である約10年は工事がなくなるというところ、且つ**低圧工事や弱電工事は横に広がらない**というのが本音です。

ストックビジネスの観点からいくと、電気工事の場合はキュービクルなどの高圧保守メンテナンスであればありますが、高圧工事は有資格者採用や保守をやる上では国の指定登録が必要などで参入ハードル高いですし、保安協会などの昔からのお付き合いもありますので寡占市場であると感じました。

それと比較して、

空調工事については事業自体の参入ハードルが低いと感じ、

また、保守メンテナンスというのにも必要ですしそこに対して国の指定登録は必要なく、ストックビジネスとしても繋がっていくと考え空調工事への事業進出を決めました。

空調工事は今後絶対になくならない仕事ですし、

空調工事自体を細分化すると

修理・メンテナンス・点検・工事と様々な部類にわかれるため、

その分**売上が上がる領域が多く、横に広がりやすい**

というところにもあります。

—空調工事業に取り組んだ前後でどのような変化がありましたか？

先ほども申し上げましたが、やはり**ストックビジネス**で

受注ができる点は大きいところだと思っております。

また、元は電気屋ということから**電気工事も追加で受注**ができるということも大きな変化です。

電気工事の経験 + 空調工事もできますというのはシンプルですが、

アドバンテージになりますし、**差別化要素**になります。

加えて、空調工事と電気工事では繁忙期がズレておりますので、一年を通して工事案件があり、暇な時間がないことも空調事業を付加させて良かった点だと感じております。

空調工事を始めたことによる**他の事業や工事への参入ハードルが低くなった**印象も受けます。空調工事でもできたから他の工事もやればできるよねという考えに社員一同意識変革しており、自分たちでその他の工事もやっていこうという姿勢も見て取れます。

経営者としてはすごく嬉しく有り難い副次的な効果だと思っております。

自らのできる範囲でのみ取引先に提案するのではなく、お客様がほしいもの・要求しているものを考え、ヒアリングして、積極的に取り組み提案していくことが多くなっており、自然とマーケットインの発想になっていると感じました。

今では**WEBマーケティング**の活用もしており、新規顧客・施主さんの数を増やしております。

やはり、下請け依存や下請け比率が高いためにあった際に波及して自社が大打撃を受けてしまいますので、

元請比率を上げるための施策も空調工事と掛け合わせて取り組んでおります。

——特に取り組んでよかったことはなんですか。

施主さんとの接点作りやすく、一回施工して終わりではないというところがよかった点ですね。

将来的にも仕事をいただけるなという希望が見えてきました。

自分たちで仕事を取っていく動きができるので、その分事業戦略を立てやすいですし、自分たちで事業拡大をしていくこともできます。

WEBマーケティングとの掛け合わせもよかったと思っています。

WEB広告の活用を適正な形で実施することで

営業マンを雇うのが必ずしも正解ではないという気付きもありました。

元々飛び込み営業は効率悪いとも感じておりました。



▲実際のプロマストの
法人向け業務用空調工事専門サイト

また、営業マンありきの話となるとある程度属人性が出てしまいますが、WEBを活用することでデータに基づいての集客や戦略策定ができ、2年後3年後はそのデータに基づいて会社の動きを決めることができるのは経営者としてはすごく重要視した部分でもありました。

売上面でいくと、沖縄事業所では**8月～1月の前年比売上130%増**

ということで、**WEBマーケティング×空調工事**をしていなかったら、その数値を出すことはできなかったと思っています。

——最後に一言お願いいたします！

この度、船井総合研究所のセミナーに登壇することとなりました！

本当は外に出したくない情報もありますが、

この業界を盛り上げたく皆様に特別公開できればと思います！

他の工事や他の事業を始めようとなると、

社内からの声などで二の足を踏むこと皆様あるかと思いますが、

空調工事に興味があるなら必ずやったほうがいいですし、

飛び込んだほうがいいです！

弊社もおそらく空調工事をやっていなかったら今の売上規模に達していないと思います。

当時の原動力は今の状況を変えなければ、

3年後・5年後もなにも変わらないという思いで

突き進んできました。

空調工事業を推進することで

売上粗利のルートが増えてくるのは確実であるとこの目で見てきました。

是非、このセミナーを通して、皆様の新事業を始める背中を押せばと思っております！！



プロマスト株式会社

取締役社長 内藤 嘉隆