

【電設資材商社】ゼロからはじめる「特注電設資材」受注セミナー

講座	内容
第1講座	時流解説 - 電気工事・設備工事・電設資材業界の時流 - 持続的に成長する電設資材商社・販売店の特徴 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 製造業商社グループ 渡辺 怜
特別 ゲスト 講師 第2講座	モデル企業経営者による講演と解説 - 売上9億・社員18名の電設資材商社が、粗利率30%の「特注電設資材」事業を立ち上げ、売上1.5億円の第2本業に成長させた成功ストーリー - ゼロから「特注電設資材」事業を立ち上げる4つのステップ - すぐに受注できる「特注電設資材」10選 山内商事株式会社 代表取締役 山内 雅也 氏 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 製造業商社グループ 渡辺 怜
第3講座	これからの電設資材商社・販売店の経営戦略 - 電設資材商社・販売店の経営者が押さえておくべき3つのキーワード - 本日のまとめ 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 製造業商社グループ 渡辺 怜

オンラインセミナー

2025年

5月20^火日・22^木日

10:00～12:00 (ログイン開始:開始時刻30分前～)

電設資材商社・販売店向け

特注電設資材 粗利率 30%^{超え} 事業立ち上げ セミナー



若手営業2名だけで

特注電設資材 事業を
売上1.5億円まで
成長させました!



開催日時

2025年 5月20^火日

2025年 5月22^木日

10:00～12:00 (ログイン開始:開始時刻30分前～)

開催方法

オンライン開催

お申込み期日

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

※祝日や連休により変動する場合もございます。

受講料

一般価格

税抜10,000円 (税込11,000円) / 一名様

会員価格

税抜8,000円 (税込8,800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適用となります。

お申込み方法



【QRコードからのお申込み】

右記QRコードからお申込みください。



【PCからのお申込み】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/127802>

船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) の右上検索窓に「127802」をご入力し検索ください。



【お問い合わせ先】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)

※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。

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 船井総研大阪本社ビル

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。

お問い合わせNo.S127802



127802

本業の電設資材・工具販売に頭打ちを感じ ゼロから立ち上げ売上1.5億円の “第2本業”に成長させた**粗利率30%**

ていた山内商事（売上9億・社員18名）が 超えの**特注電設資材**事業とは？

01

電設資材メーカーや板金加工業者が やりたがらない“すきまマーケット”

電設資材は、
【A材】配電盤、分電盤、ブレーカー、照明 等
【B材】ボックス、カバー、ダクト、フード 等
【C材】ビス、ネジ、端子、テープ、結束バンド 等
という3種類に分類されます。

3つのうち圧倒的に“特注になりやすい”のがB材です。B材のメーカーも多数ありますが、原則として特注品には対応しておらず、対応してもらえないにしても高くなってしまいます。

したがって、頼むとすると近隣の加工業者しかないわけですが、スポットの小ロット品や短納期品に対しては高い見積もりを出すことが多いため、ただでさえ資材価格が高騰している中で、調達コストを下げたいと考えているサブコン・工事店の購買担当者は少なくありません。



メーカー

特注品もよっぽど数量が出るのであれば考えなくもないが、基本的にはやりたくない…



板金加工業者

定期的に流れる加工品なら検討の余地はあるが、スポットであれば高い見積もりを出して断ろう…

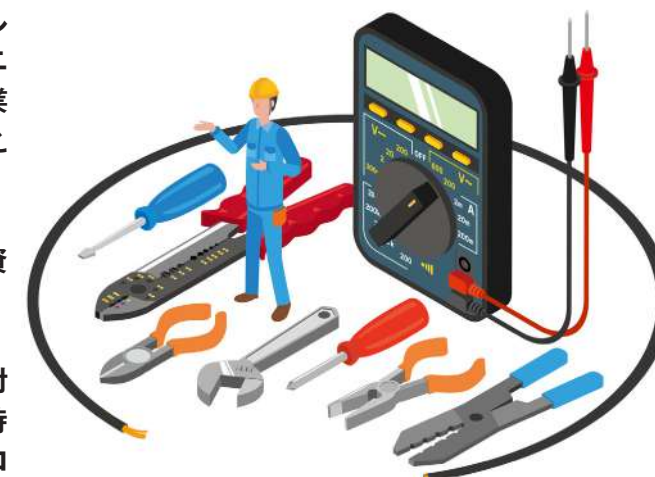
02

本業の電設資材販売と 大きな相乗効果（シナジー）がある

競合との価格競争や資材高騰による利益率低下、通販サイトの台頭や人材不足などによる売上の伸び悩みをなんとかしたいと思っている電設資材商社は少なくなく、工事・エンジニアリングや太陽光、OA機器などの事業拡大、あるいは事業所出店・M&Aによる商圏拡大に取り組んでいる企業が増えています。

山内商事が選択した「特注電設資材」事業は、本業の電設資材販売と相乗効果が極めて大きいというのがポイントです。

というのも、新規開拓を必ずしも必要とせず、既存顧客に対しても提案することができるため、すぐに売上アップが期待できます。さらに、競合他社がすでに入り込んでいるサブコン・工事店に対し、「特注電設資材」事業を入口として関係性を深め、そこから取引拡大につなげることも可能です。



03

価格競争になりにくい 粗利率30%超えの高収益ビジネス

電設資材の粗利率は15～20%程度の場合が多いですが、近年の資材高騰や競合との価格競争に加えて労務費の増大によって利益が圧迫され、電気工事の安定した需要により売上は上がっていても利益率が思うように上がらない、もしくは減益になっているという企業もいらっしゃるのではないのでしょうか。

利益率を伸ばしたいと思っている電設資材商社に絶対に取り組んでいただきたい事業が、「特注電設資材」です。

「特注電設資材」は、小ロットまたは短納期であることが多く、粗利率30%以上でも受注することができます。



04

設備導入や営業増員なしで、 すぐにスタートできる

新たな取り組みを始めようとする、多くの場合、ある程度の初期投資が必要となるだけでなく、新たな負担が増えることによる営業担当者からの反発によって結局うまくいかないということが少なくありません。

「特注電設資材」事業は、いきなり自社でベンダーやスポット溶接機を導入したり経験者を新たに採用するのではなく、自社が“元請け”となって、近隣で板金加工や樹脂加工をやっている工場・加工業者に発注するという仕組みで立ち上げることが基本です。これにより、リスクを限りなく抑えることができ、且つすぐにスタートしてトライ&エラーを繰り返しながら着実に事業を発展させることができるため、成功確率が非常に高い事業と言えます。



×



×



次ページ

【特別インタビュー】山内商事 山内社長が語る“成功のポイント”

特注電設資材事業で 新規引合20件/月を獲得し 事業売上1.5億円 を実現!

大阪・兵庫を商圏とする、昭和29年創業の地域密着型の電設資材商社。社員数18名と小規模ながら、ここ5年間で新規顧客からの売上を6倍に増やすなど新規開拓に成功している。この背景にあるのが、約10年前に立ち上げた「特注電設資材」事業とデジタルマーケティングの取り組み。2019年に制作した専門ウェブサイト「電設資材・金物製作.com」は、毎月20件以上（一日1件以上）の新規引合を獲得している。電設資材・工具販売と特注電設資材という2つの売上の柱、そしてデジタルマーケティングの活用により、安定した成長を遂げており、2025年は売上10億を見据えている。



山内商事株式会社
代表取締役 山内 雅也 氏

Q 「特注電設資材」事業を立ち上げた経緯を教えてください。

今からおよそ10年ほど前。通販サイトの出現や価格競争によっていまひとつ売上が伸び悩んでおり、「何か新しいことに取り組みないと…」と思い、得意先の仲の良い担当者への聞き込みや業界誌・セミナーなどから情報収集を行いました。その結果、

- ・電路支持材や配線部材が急ぎで必要になった時、**メーカーの規格品だと間に合わないことがある**
- ・電気工事店が、現場・設置場所に合わせた寸法・形状の特注品を加工業者に都度依頼しているため、**高い見積もりを出されたり、断られたりすることがよくある**
- ・通販サイトやメーカーのホームページに載っていないもので、**そもそもどこに頼んだらよいか分からない**

といったお困りごとが見えてきました。ここにビジネスチャンスを見出し、立ち上げたのが「特注電設資材」事業です。

得意先の一社に頼み込んで仕事を少しずつ貰えるようになったため、近隣のいくつかの工場に協力を求めましたが、最初はなかなか取り合ってもらえず、苦勞しましたね(笑)

Q どうやって「特注電設資材」事業を伸ばしたのですか?

ある日、船井総合研究所の商社・販売店向けセミナーの案内が来ており、試しに参加してみると、特定のサービス・製品をウェブサイトでPRして新規顧客からの問合せ獲得を目指すデジタルマーケティングのすごさに驚きました。

そこで色々とアドバイスを貰い、当時まだ細々と取り組んでいた特注電設資材の新規引合を獲得するための**専門ウェブサイト「電設資材・金物製作.com」**を立ち上げました。

当初は「こんなものを作ったところで、『営業マンが足で稼ぐ』が基本の商社・販売店が本当に成果を出せるのか?」と半信半疑でした。

しかし、サイトオープンから数ヶ月経つと、**新規のお客様からの問合せが徐々に来るようになり、注文をもらえるもの、定期的に注文を頂けるお客様が増えてきました。**

すると、社長である私の取り組みに内心疑問に思っていた社員も自発的に協力してくれるようになり、さらに最初は取り合ってくれなかった近隣の工場も、図面を持って何度も足を運ぶにつれて「また頼むよ」と言っていただけの関係性になりました。



Q 御社が導入しているマーケティングオートメーションについて教えてください。

当社は、パソコンやスマホの操作がやっとのアナログの商社で、専門ウェブサイトを作った方がいいものの、ルート営業は、まだまだチラシや営業マンの経験やスキルに依存していました。

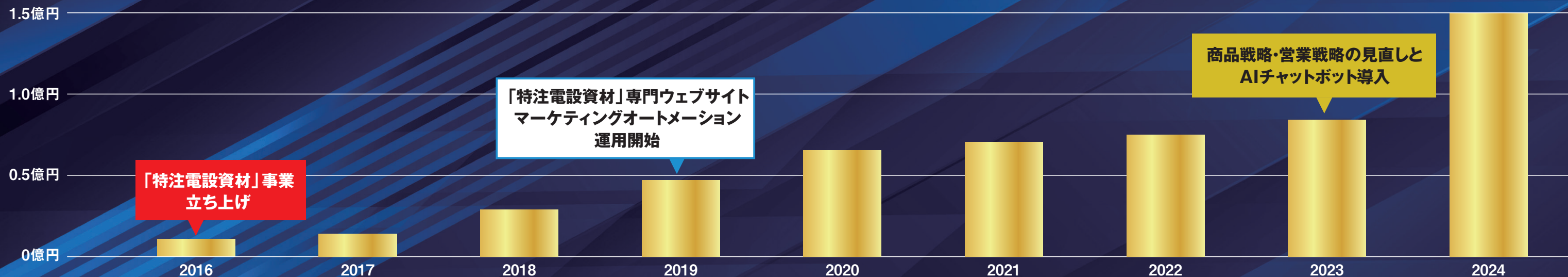
そこで、専門ウェブサイトについて導入したのが**マーケティングオートメーション**です。

カタカナだと分かりづらいのですが、要は、**メールマガジンの配信と、どこかの企業の誰が専門ウェブサイトのどのページをいつ見たのか分かってしまうトラッキングというシステム**のことです。これが本当にすごくて、20代の若手営業でも、お客様の興味・関心を把握して準備したうえで訪問・提案するので、思うように注文を取ってこれるんです。

このマーケティングオートメーションによって、「特注電設資材」の売上がアップするだけでなく、営業担当者の定着率向上にもつながり、直近5年間の離職はありませんし、今では当社の一番若手の2人が中心となって「特注電設資材」事業を回しています。



2023年 0.9億円に到達! 2024年 1.5億円を 達成し、会社全体の売上も過去最高の9億円超え!



山内商事における「特注電設資材」事業の売上推移

山内商事が「特注電設資材」事業を売上1.5億円にするためにやった10のこと

01 特注電設資材メニューづくり



より多くの受注を獲得するために、ついやってしまうのが、「なんでもできます!」とPRしてしまうこと。

しかし、購買者の視点に立つと、

なんでもできる = 何が得意か分からない
と見えてしまいます。

B材に分類される「特注電設資材」は多数ありますが、**購買頻度が高いもの、高単価のもの、受注率が高いもの**は決まっているため、それらを自社の特注電設資材メニューとすることが、成功のポイントです。

本セミナーでは、モデル企業がもつ膨大な引合・受注データを元に、イチオシの「特注電設資材」を紹介いたします。

02 専門ウェブサイトを作成して新規顧客との接点を増やす



新規顧客を獲得するためには、「**特注電設資材**」専門ウェブサイトの制作が最も有効です。特にコロナ以降、調達先・調達コストの見直しや、加工業者の廃業により代わりの調達先を探すケース、馴染みの加工業者が作れず困っているなどにより、インターネット検索で調達先を探すことが当たり前になっています。実際、山内商事が運営する専門ウェブサイトの「**電設資材・金物製作.COM**」では、**アクセス10,000件と新規引合20件を毎月獲得**しており、ニーズの大きさを表しています。

04 近隣の加工業者・協力企業を探す



新規事業を成功させるためには、**スモールスタートと外注活用が鉄則**です。「特注電設資材」事業の場合、自社でいきなり機械を導入して経験者を採用するのではなく、架台やダクトを依頼する板金加工業者、アクリルカバーや塩ビのブルボックスを依頼する樹脂加工業者などを近くで探すのがベストです。その際、「手ぶら」ではなく案件や図面がある状態で声をかけた方が快く受け入れてもらいやすいため、**協力企業探しからではなく、ウェブサイトなどを活用して先に案件を持つことがポイント**です。

03 既存・休眠顧客に対してメールマガジンを配信

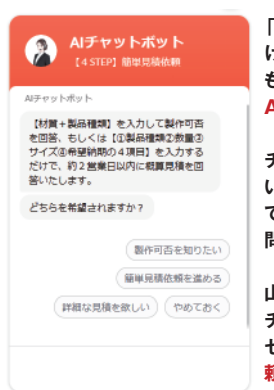


ルート営業が基本の商社では、**定期的な情報発信を行うことで、案件が発生するタイミングで自社の名前を最初に想起してもらえるようにすることが重要です**。訪問したときにタイミングよく顧客が案件を持っているとは限らず、一般的には訪問回数を増やす方向にいきがちですが、限界があります。

それを補うのが**メールマガジン**です。各営業担当者が持つ名刺をデータ化し、画像付きのメールマガジンを配信することにより、訪問しなくても引合を獲得することができます。

山内商事では毎週メールマガジンを配信しており、「メールマガジンを見たのですが…」という問い合わせを定期的に獲得しています。

05 AI搭載チャットボットにより引合を1.5倍に増やす



「特注電設資材」専門ウェブサイトを作成するだけでも一定の引合は獲得できますが、山内商事がもう一歩進んだ取り組みとして行っているのが、**AI搭載チャットボット**です。

チャットボットとは、オペレーターが常に待機してリアルタイムでチャットのやり取りをするのではなく、あらかじめプログラムされた通りに質問に回答したり案内するシステムのことです。

山内商事では、生成AIを搭載したチャットボットを運用しており、ウェブサイトにアクセスしたお客様が、**対応可否の質問や概算見積依頼を簡単にできるようにしています**。その結果、**以前に比べ約1.5倍の引合を獲得**できるようになりました。

06 マーケティング・営業活動・売上・顧客データを一画面で表示



山内商事が、2024年に過去最高となる「特注電設資材」事業売上1.5億円および会社売上9億円を達成したのは、ウェブサイトやメールマガジンといったマーケティング活動だけではなく、「**営業DX**」により営業活動を効率化し、受注率を高めたのも大きな要因です。

具体的には、メールマガジンの反響、日報・週報、受発注システムの見積・取引履歴などのデータを、社長・管理職が一画面で見られるようにしました。その結果、若手営業へのアドバイス、キーマンへの訪問頻度向上、見積後のフォロー漏れ防止などの改善が迅速かつ適切にできるようになり、案件数や受注率が大幅にアップしました。

07 マーケティングオートメーションを活用して、ムダな訪問を減らす

訪問スコア	会社名	担当者名	訪問ページ(件数)	訪問日時
63 (4)	会社名	氏名	加藤カード(電設資材・金物製作.COM) 特注電設資材...	2025/03/21 16:30
			エプソン 印刷設備(電設資材・金物製作.COM) 特...	2025/03/21 16:33
			フリーアクセスフロア(電設資材・金物製作.COM) ...	2025/03/21 17:03



〇〇社の××さんが、防球ガードのメールマガジンを開いて、そこからウェブサイトにアクセスして空調やフリーアクセスフロア向け「特注電設資材」のページを見ている! 来週訪問するから、それとなく話を出してみよう!

営業担当者が得意先に訪問して新しい商材を提案しても、「良さそうだけど今はちょっといいかな」とか「うちには合わないかな」といった反応に終わり、結局無駄足だったことは少なくありません。ただ、もし訪問・面談の前に、相手の興味・関心や温度感が分かるとしたら、提案しやすいですよね?それを可能にするのがマーケティングオートメーションです。簡単に言うと、**いつ誰がウェブサイトのどのページを何分見たか分かるという仕組み**のことであり、これによりムダな訪問が激減します。

09 営業活動を質と量の2軸で点数づけし“営業の見える化”を実現

ステータス	営業担当者名
動画制作	
名刺交換 (3p)	
広報	
引取	
打合せ	
新規休眠受注 (5p)	
新規休眠見積 (3p)	
新規休眠訪問 (1p)	
集客	
現地調査	
納品	

多くの電設資材商社が、勤と経験と関係性に依存する従来型の営業が定着しており、**新卒・若手営業が一人前に成長する前に離職してしまうという課題を抱えています**。山内商事も以前はそうでしたが、**活動量と活動内容の2軸で評価する「営業スコア」を導入し、「営業の見える化」を実現**しました。これにより、若手営業であっても何を優先的にすべきかが明確になり、社長や管理職が指摘せずとも、決裁者への訪問頻度の向上や**直近5年間の離職ゼロ**など大きな成果を得ています。

08 顧客管理・案件管理により受注率を最大化する

顧客管理	案件管理	受注率	受注率
案件内容	案件内容	案件内容	案件内容
案件内容	案件内容	案件内容	案件内容
案件内容	案件内容	案件内容	案件内容
案件内容	案件内容	案件内容	案件内容
案件内容	案件内容	案件内容	案件内容
案件内容	案件内容	案件内容	案件内容
案件内容	案件内容	案件内容	案件内容

商社が粗利を増やすための方程式は、以下のように表すことができます。

$$\text{粗利} = \text{案件数} \times \text{受注率} \times \text{単価} \times \text{粗利率}$$

すなわち、この4つのどの要素をどうやって上げるのかという点がポイントです。山内商事では、粗利率30%超えの「特注電設資材」事業に取り組んだうえで、さらに**シンプル・見やすさを重視した顧客管理・案件管理システムを導入**し、見積後のフォロー漏れを防ぐリマインド機能を活用するなどして、**受注率の最大化**につなげました。

10 「特注電設資材」から取引開始した新規顧客に電設資材をPR



山内商事がすごいのは、以前はあまり接点を持っていなかったが「特注電設資材」をきっかけに取引が始まった新規顧客の多くから、ケーブル・締結部品・作業工具・消耗品などの**電設資材の定期注文も獲得**している点です。いわゆるクロスセルという戦術であり、やみくもに新規獲得ばかりを目的とするのではなく、一社当たりの取引額を増やすことを重視しています。その結果、2024年に**過去最高となる会社売上9億円を達成**することができています。