



「全国エキスパート工事店様 ご提案活動報告会2016」開催

2017年2月9日、パナソニック東京汐留ビル5階において「全国エキスパート工事店様ご提案活動報告会2016」が開催されました。参加会社を代表し、3社の電気工事会社様に日常の営業活動のご報告をいただきました。

全国エキスパート工事店様49社が集い、営業活動について情報交換されました

ご提案活動報告会には全国から49社の工事店様にご参加いただきました。始めに各社の日常のお取り組みをご紹介します。その後、北海テック株式会社様、株式会社シスコネット様、高山電業株式会社様に詳細な取り組み内容をご発表いただきました。地域性・独自性・新規性のある内容で、日常の活動のヒントとなる実例が披露されました。

8班に分かれての分科会も実施。熱い議論が展開されました

3社のご発表後、8テーブルに分かれて「わが社のオリジナル商売」をテーマに約2時間のディスカッションを実施。各社から独自性のある活動事例が紹介されました。女性目線の営業活動、男性対象の料理教室、地熱利用の全館暖房、ZEHを軸にしたビルダー攻略など、エキスパート工事店様の新しいビジネス展開を予見させる有意義な分科会となりました。



エリアを超えた同業者様との情報交換で、新しいヒントを得られたと好評の分科会。

ご参加会社様(エリア別・敬称略)

北海道
株式会社たかでん
北海テック株式会社
安藤電気工業株式会社

関東
株式会社木村電機
株式会社たけのうち電器
平出電気株式会社
株式会社峰村電気商会
高山電業株式会社

東北
株式会社ナリデン
株式会社イーエス電気
堀岡電気株式会社
トラストテック株式会社
株式会社協栄電設

中部
株式会社シスコネット
株式会社恒電社
株式会社福田電子
株式会社中島電気工業
株式会社西谷電気商会
株式会社光電機
株式会社吉原中央電業社
株式会社光電機
株式会社キタイ電気

近畿
株式会社創造工舎
株式会社ダイヤホットサービス
株式会社ソレルサービス
株式会社マツデン
株式会社松房電機
オオエデンキ

中国・四国
株式会社八東電工
三和電工株式会社松江支店
光電機電気有限公司

九州
株式会社山口電機
株式会社電太郎
株式会社九南
クロマツ設備株式会社
大和電機株式会社
株式会社平岩熱学

ご提案活動報告 01

電化実績+暖房設計と、イベントの 継続開催で新しい需要の獲得へ。

北海テック株式会社 北海道札幌市
明石 修朋様



オール電化+暖房設計を強みに、 電化工事は累計5,000件を超える実績

弊社は北海道電力指定のオール電化専門工事会社として設立しました。しかし、電気工事会社ですから、照明、スイッチ、コンセントから、家庭内LAN配線、暖房設備まで手掛けています。特に暖房のノウハウが強みで、家の部位ごとに部屋の容積、断熱仕様の熱伝導率、熱抵抗、熱還流率、さらに、方位係数、熱損失係数まで、綿密な条件設定で負荷計算し、最適の暖房設計を実施。緻密な暖房設計が評価され、ビルダー様、設計事務所様から多くのご依頼をいただいています。

オール電化の普及と共に、電化工事もどんどん増え、会社もそれに併せて成長。30年足らずで5,000件を超える電化工事を行いました。

部位	容積	断熱	方位	熱損失	熱還流	熱抵抗	熱伝導	熱容量	熱伝達
1階	15.0	0.15	南	1.5	0.8	0.1	0.05	1.0	0.5
2階	10.0	0.15	北	1.0	0.6	0.1	0.05	0.7	0.4
3階	8.0	0.15	東	0.8	0.5	0.1	0.05	0.6	0.3
4階	6.0	0.15	西	0.6	0.4	0.1	0.05	0.5	0.2
5階	4.0	0.15	南	0.4	0.3	0.1	0.05	0.4	0.1
6階	2.0	0.15	北	0.2	0.2	0.1	0.05	0.3	0.0

部位ごとのデータを集め、最適な暖房設計を提案。

アンチ電化の波に飲み込まれたものの、 リフォーム事業への取り組みで活路を模索

しかし、東日本大震災を境に電化の受注件数は激減。IHはガスに、温水器は灯油になり、受注単価は4分の1以下になりました。逆風の市場変化の中、なんとか生き残ったのは、震災の少し前からリフォーム事業に着手していたからです。元々はIH交換や給湯機修理の施主様からのリフォームのご要望がきっかけでした。リフォームは弊社の仕事ではないと考えていましたが、お客様からのご要望にお応えするためにリフォーム事業に着手。有資格者を育成し、ノウハウを蓄積していきました。本工事は、悪

条件のリフォームにも対応できる15社とアライアンスを組み、電気設備から水まわり設備まで、トータルにリフォームを受注できる体制が確立しました。しかし、認知度が高くなく、新規のお客様を獲得するのに苦労を重ねました。



新聞広告で合同イベントの告知を実施。

パナソニックブランドの信頼性も活用し、 新たな市場ニーズにチャレンジ

そんな時に、パナソニックさんからショールームでの展示会開催のご提案をいただき、札幌のエキスパート工事店5社の合同イベントを実施しました。これまでに7回開催しましたが、毎回7割を超える成約率で成果を上げています。新聞広告やDMで集客し、OB施主様からもリピートやご紹介をいただいています。なによりもパナソニックというブランド効果で、さらに信頼性も高くなります。

北海道では完璧なZEHはハードルが高いですが、暖房設計の強みを活かし、これから需要増が期待されるエネルギー市場で新しいチャレンジを続けていきたいと考えています。



パナソニックのショールームで開催した合同イベント。

時代のニーズを先取りし業容を拡大。充実したサービスで信頼の輪を。

株式会社シスコムネット 千葉県千葉市
中元 一彦様



インターネット関連の事業で業績アップ。全国規模のネットワークも構築

私はコンピュータ関連の営業出身という変わり種です。その経験と知識を生かし、会社設立当初、家電量販店の代行業務として、家庭内LANの工事からパソコンの設定・導入指導まで対応。その後、複数の家電量販店に水平展開し、1億円程度の売上が倍の2億円まで成長し、ビジネスとして十分成り立っていました。

さらに、インターネット住宅の普及を受けて住宅会社様のLAN工事や接続、パソコンの設定、アンテナ工事など、弱電の受注を行いました。このビジネスモデルを他の住宅会社様にも展開。全国規模の大手ハウスメーカー様に対応するため、全国50社の協力会社様とのネットワークを構築し、事業規模の拡大に向けてスタートしました。



2016年に完成した、「体験型」ショールーム。

弱電体質を脱却し、総合設備業の体制へ。住宅会社様からの一括受注が可能に

しかし、複数県にまたがる住宅会社様への対応の負担が大きく、残念ながら事業は集約。次のビジネスを構築するために、弱電のみの体制から設備機器を視野に入れ業容を拡大することにしました。一般建設業登録をし、設備機器に限らず、リフォーム工事も受注できる体制をほぼ確立。オプション三種の神器、エアコン・照明・カーテンを提案するためにインテリアコーディネーターを雇用しました。現在は照明、エアコン、インテリアからリフォーム

工事まで、一括受注が可能な体制になっています。当時の課題となっていた施工体制は、パートナー店様・協力会社様約50社のネットワークを構築。年4回の研修で現場トラブルまで情報共有し、さらにレベルアップを図っています。

ショールームでは、照明・エアコンからHEMS、換気設備、窓や断熱材まで体感できる。



ZEHへのニーズの高まりに対応し、メリットを伝える体験型ショールームをオープン

ここ数年、ZEHが住宅の必須要件になってきました。そこで、昨年、「電気目から見た家づくり」をテーマにした、体験型ショールームを作りました。照明、エアコンからHEMS、換気設備、窓や断熱材まで体感できる内容です。施主様に対して、ZEHのメリットを説明。住宅会社様の苦手な部分を代行することで、関係強化を図っています。このようなサービスの充実が施主様や住宅会社様との信頼につながり、同業他社との差別化になります。素人目線だからここまでやれたと思いますが、今後もユーザー目線で、新しい取り組みにチャレンジし続けていきたいと考えています。



充実したショールームは、お施主様や住宅会社様からの信頼向上にも貢献。

革新的な成長の源は、高い目標から逆算した営業戦略と行動計画。

高山電業株式会社 長野県須坂市
高橋 寿明様



市場を先読みして太陽光発電に着手。本業の電気工事を軸足に安定経営を継続

弊社が太陽光発電の取り組みを開始したのは2000年頃。行政や市場を先読みして着手したものの、当時は1kWあたり85～90万円で、期待していた補助金も停止するなど、市場は混んとしていました。それでも、一貫施工体制の必要性を感じ、板金及び瓦屋出身の人材を確保。そのノウハウを社内でも共有することで、精度の高い設置工事が可能になりました。

2012年に全量買取価格が40円に設定されるとメガソーラー需要が爆発的に伸びましたが、予想通り数年で需要は一気に冷え込みました。弊社もメガ市場に参入していましたが、あくまでも本業の電気工事を経営のベースとしていたため、大きな痛手にはなりません。



9商品を対象にした「暮らしまるごとキャンペーン」に参加。

市場を詳細に分類した綿密な営業戦略で事業バランスのとれた販売活動を展開

事業バランスを維持したことが危機を防ぎました。事業バランスという点では、パナソニック・長野営業所の「暮らしまるごとキャンペーン」も同じ。パナソニック9商品を対象とした販売コンテストです。弊社は2016年、キャンペーン10年目に全カテゴリーで入賞。総合賞一位も受賞できました。

弊社は、さまざまな商品の売上目標を販路別、地域別、ターゲット別に設定しています。販路はゼネコン・

準ゼネコン・圏外に分類。地域は中信・東信・北信に分類。それぞれの枠の中で設定した目標数字を常に意識して行動するため、アンテナが働き、ビジネスチャンスを見逃すことが少なくなり、バランスのとれた販売実績につながり、キャンペーン総合賞につながりました。



「暮らしまるごとキャンペーン」では、全カテゴリーで入賞。総合賞一位も獲得。

「5年後のありたい姿」から逆算して大胆に、革新的に経営の方向性を決定

この販売計画のバックには、「幸せづくりプロジェクト」という弊社独自の5年計画があります。5年後の経営目標を設定し、人材と経営の両面から具体的な改善計画を立案。その目標数字は、売上を1.5倍、粗利を3倍、経常利益を4.7倍にという、これは無理だろうという設定です。

しかし、ここがターニングポイントでした。手が届く目標だと現状の延長線上で考えますが、無理な設定だと、根本的に何かを変えないと実現できません。だからこそ、革新的な取り組みが必要になり、勇気をもってチャレンジできました。ありたい姿を描いて、社員全員で共有し、そこから逆算した経営ストーリーを構築。結果、会社も社員も成長しました。今後も、先読みと逆算の経営でエキスパート事業の充実を目指してまいります。

5年後の経営目標を設定し、そこから逆算した経営ストーリーを構築した。

