

配布用

# エネファーム既築販売のポイント

山陰酸素工業(株) 松江支店  
竹内 隆

 山陰酸素工業株式会社

〒683-8516 鳥取県米子市旗ヶ崎2201番地1

# エネファーム既築販売のポイント 目次

(はじめに)

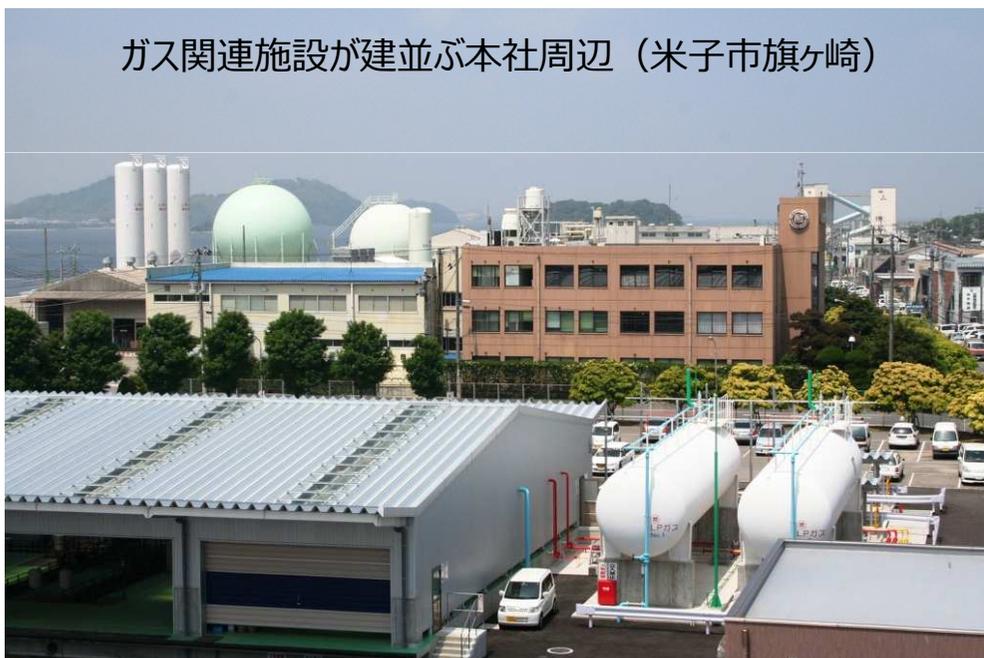
1. 山陰酸素工業のご紹介
2. LPガス業界を取巻く環境（エネファームへの取組み状況）
3. なぜ、エネファーム販売に取組み始めたのか
4. 既築住宅へのエネファーム販売のポイント
5. 営業トーク（例）
6. エネファーム成約事例紹介
7. クレームにならないために

(おわりに)

# 1.山陰酸素工業(株)のご紹介

- 鳥取県米子市に本社を置き、山陰両県を中心に事業展開しております。

ガス関連施設が建並ぶ本社周辺（米子市旗ヶ崎）



- \* 資本金 1億3,000万円
- \* 取扱高 190億円（2014年3月期）
- \* 人員数 288名（2014年3月期）
- \* 代表者 並河 勉
- \* 拠点数 鳥取県… 4事業所  
島根県… 8事業所  
両県外… 4事業所  
合計… 16事業所
- \* LP直売顧客軒数 24,000軒
- \* LPガス取扱数量 55,000 t（工業用含む）



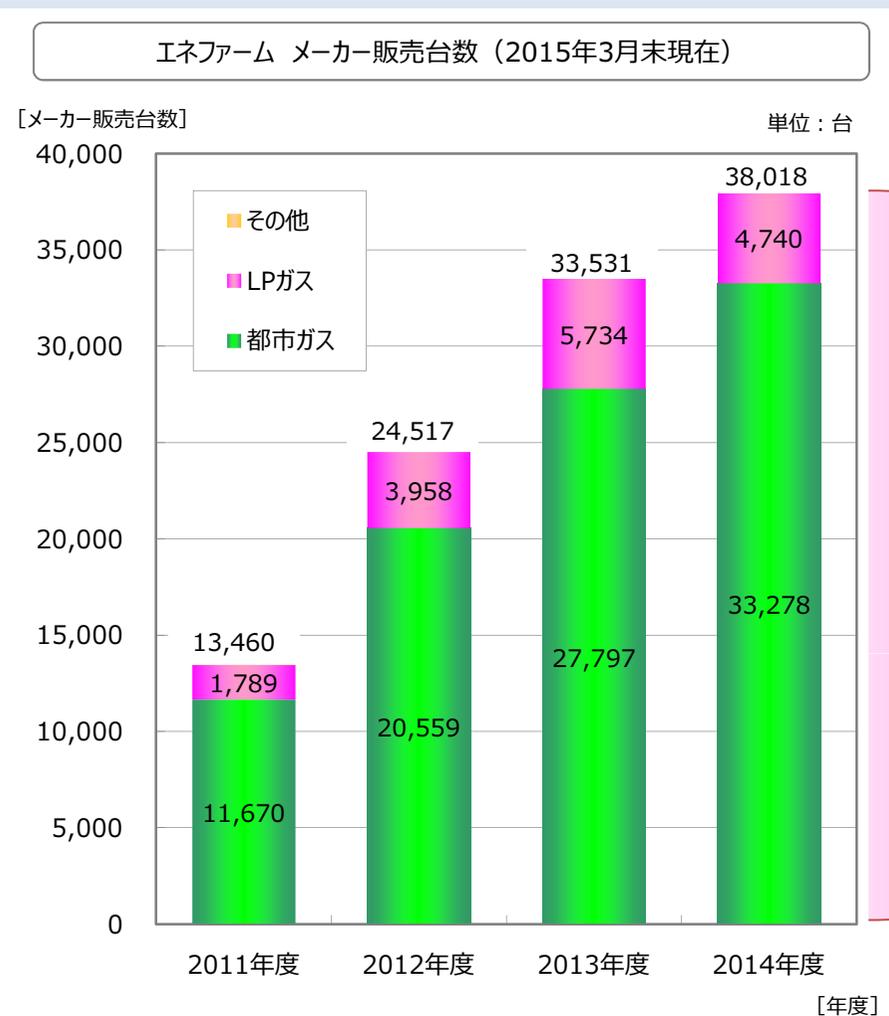
## 【山陰地方以外の事業所】

- 東京支店（港区新橋）
- 北関東出張所（熊谷市）
- 真岡出張所（真岡市）
- 北九州出張所（北九州市）

## 2.LPガス業界を取巻く環境 (エネファームへの取組み状況)

## 2.LPガス業界を取巻く環境（エネファームへの取組み状況）

- 全国のエネファーム販売状況（販売台数推移 全国の都市ガス・LPガス）



2014年度の  
エネファーム出荷比率は  
都市ガス **88%** LPガス **12%**

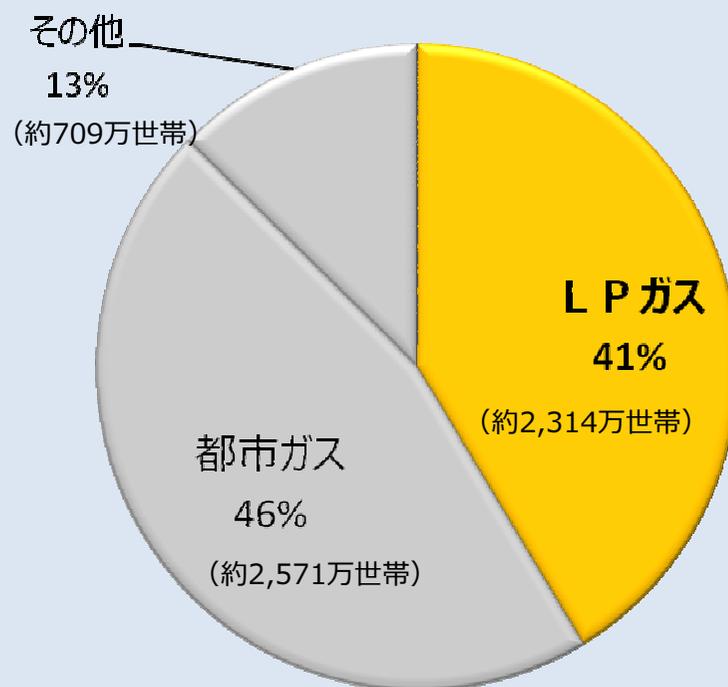
全体の台数は右肩上がりに伸びているが、  
その約9割を都市ガス向けが占める。

コージェネ財団HP：エネファームメーカー販売台数

## 2.LPガス業界を取巻く環境（エネファームへの取組み状況）

- 全国 約5,595万世帯のエネルギー需要におけるLPガスのシェア

[全国 約5,595万世帯 需要家別エネルギー需要]



総務省：平成26年1月1日住民基本台帳人口・世帯数  
石油化学新聞社：2015年版LPガス資料年報  
※都市ガスは日本ガス協会資料。メーター調定個数  
※LPガスは全国LPガス保安共済事業団の契約戸数等

LPガスの需要家は**全体の41%** 約**2,314万世帯**を占める。  
市場規模（世帯数）としては、都市ガスに引けはとらない。

## 2.LPガス業界を取巻く環境（エネファームへの取組み状況）

- LPガス業界には、まだエネファーム拡販の余地が十分ある。

### よく聞く、LPガス業者のコメント

高額すぎる！お客様にメリットが出ないでしょ・・・ だから売らない

消費量が増えるから料金を下げなきゃ！でも、それじゃ利益は増えない？・・・ だから売らない

お湯を作るだけなら普通の給湯器で十分じゃないか・・・ だから売らない

今でも、利益を十分頂いている良いお客様だから・・・ だから売らない

機能が良くわからない。アフターサービスが不安。エネファームってなんだか難しそう・・・

### 一度考えてみてください

「高い」って・・・誰の主観でしょうか？

縮小していくLP市場。  
大切なのは、利益だけでしょうか？

これからも「普通の給湯器」でいいのでしょうか？

「良いお客様」ってどんなお客様でしょうか？

・・・ですよ。弊社も皆そう思っていました。

## 2.LPガス業界を取巻く環境（エネファームへの取組み状況）

- 特に我々（ガス事業者）が大切にしたいお客様  
優良顧客 = 消費量が多い = 高額な光熱費を払っている  
それはイコール……**「電化予備軍」「他社切替予備軍」**

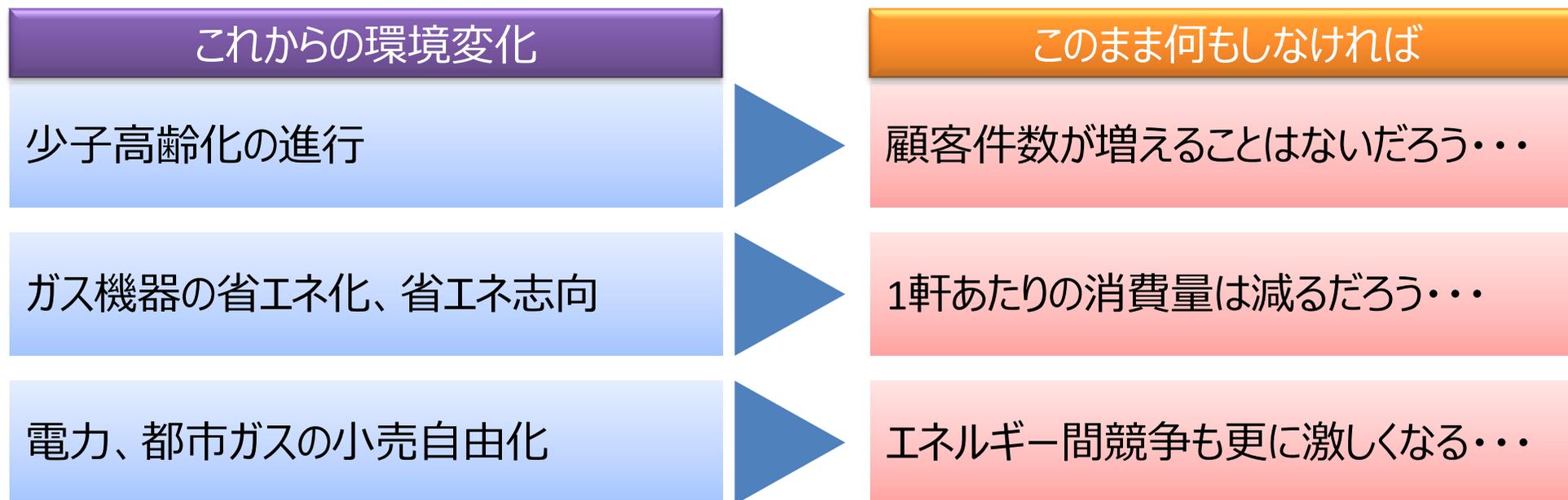


「明日、そのお客様が  
オール電化に変わってもいいんですか？」



## 2.LPガス業界を取巻く環境（エネファームへの取組み状況）

- 今後ますますLPガス事業者を取り巻く環境は厳しいものになっていく。  
対応していくために、今取り組むべきことは何か？



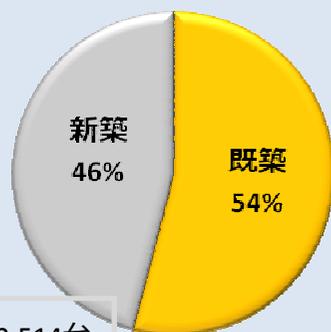
打開策が必要！今出来る事は何か？？

弊社は、エネファームの販売に取り組んでいます！！

## 2.LPガス業界を取巻く環境（エネファームへの取組み状況）

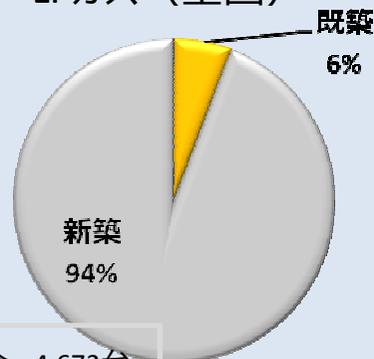
- エネファーム販売状況（既築/新築の比率）

都市ガス（全国）



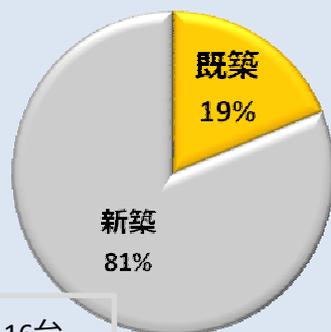
全 32,514台

LPガス（全国）



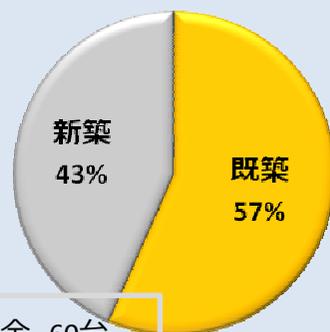
全 4,673台

都市ガス（山陰）



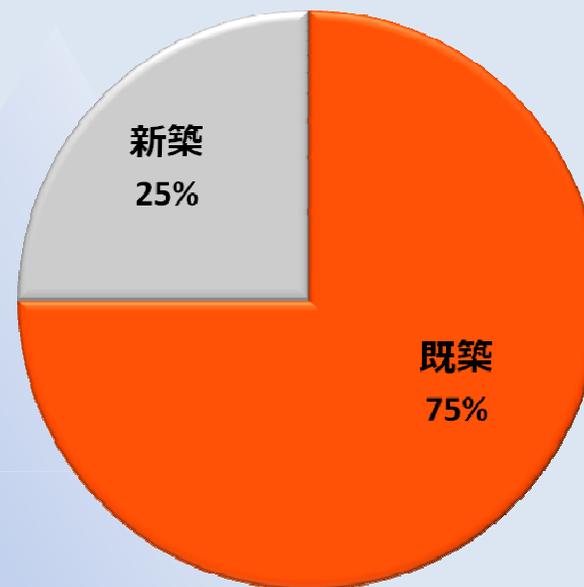
全 16台

LPガス（山陰）



全 60台

山陰酸素工業



弊社実績（2011～2014年度計71台）の約75%は、既築への販売。（既築53台/新築18台）

2014年度：（一社）全国LPガス協会調べ

### 3.なぜ、エネファーム販売に 取組み始めたのか

### 3.なぜ、エネファーム販売に取り組み始めたのか

- 将来を見据え、なぜ今“エネファーム”の販売にチカラを入れるのか。



守り!

電化防止

攻め!

燃料転換



考え方としては、至ってシンプル。  
LPガスを守り、増やしていくために、何が最も有効であるか。  
今、最高の武器は「エネファーム」

# 3.なぜ、エネファーム販売に取り組み始めたのか

- 最先端の機器であり、代替できない魅力ある商品だからこそ、お客様に快適な生活と満足感を与え、またLPガス事業者に利益とイメージアップをもたらす。

守り！

以降、10年の長いお付き合い！



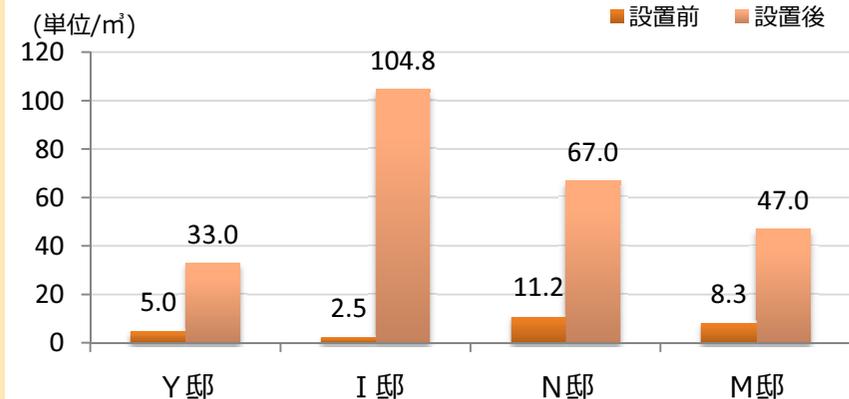
- リース販売による、長期契約(T&Dリース(株))
- 10年の無償フルメンテナンスサービス

- グレードアップした生活でお客様満足度UP

- 自宅で（電気＋熱）  
代替されることのない唯一の機器

攻め！

LPガス消費量の大幅アップ！



さらに、LPガスとLPガス業界のイメージアップ！

### 3.なぜ、エネファーム販売に取り組み始めたのか

- エネファームはガス業者にとって、攻防一体の機器。

守り！  
×  
攻め！

エネファーム販売

「電化予備軍」「他社切替予備軍」を「超優良固定客」に！

拡販のキは既築住宅！

# 4.既築住宅へのエネファーム販売 のポイント

## 4.既築住宅へのエネファーム販売のポイント

- これまで、どのようにしてエネファームの既築向け販売に取り組んできたか。私(タケウチ)の経験と考え方をご紹介します。



山陰酸素工業(株)  
松江支店所属  
年齢：44歳

担当顧客軒数 865軒  
(戸建住宅 265軒)

《業務内容》

- ・営業全般
- ・器具取付/工事
- ・検針
- ・集金
- ・その他、何でも

エネファーム販売実績  
(全社：71台)

個人トータル 20台 (2011～)  
新築：1台 既築住宅：19台

## 4.既築住宅へのエネファーム販売のポイント

- 考え方のポイント …あくまで、これまでのガス機器販売と同じ

エネファームは「特殊」「ハードルが高い」と苦手意識を持たない

高いから売れない

「高い/安い」は、**お客様の価値観**。  
割高でもヒットした商品はいくらでもある。

イニシャルコストが回収できない

コスト回収もあくまで切り口のひとつ。  
コスト高には、**見合った付加価値**を提示。  
(過去にお客様側からコスト回収について聞かれたことは一度も無い)

アフターサービスができるか不安

お客様への対応は、**普通の給湯器と一緒に**。

買うor買わないと決めるのはお客様。  
他の機器と同様。付加価値をキチンと説明すれば、ご納得いただける

## 4.既築住宅へのエネファーム販売のポイント

- 営業トークの切り出し方のポイント

「“売り”にきました！」というスタンスでは、当然お客様は身構える。  
『不満を聞きだす』『不満を引き出す』ことからキッカケを作っていく

「**灯油代**お幾らくらいかかっていますか？」

「**電気代**、結構かかっていませんか？」

「**灯油切れ**面倒くさいですよね？」

「寒い時期の**給油**って大変ですよね？」

「**湯張り時**に何回もお風呂に通いませんか？」

「安いよ」「ラクだよ」  
と答える人は  
ほとんどいません。

「**大変なんだよね～**」  
と返ってきたら  
それだけでキッカケに！

⇒『それらの不満を一つひとつ解決していきましょう』という流れの中で、**最後にエネファームをお勧めする**

# 5. 営業トーク（例）

## 5.営業トーク（例）

～コンロ修理の完了後～

- 接客事例①（ガス給湯器 → エネファーム）

直ってよかった～♪いつもありがとう！



こちらこそ、ありがとうございます！\*\*様には弊社のガスをずっとお使い頂いてる、上得意様ですからね。

毎月たくさん使ってるしね（笑）



そうですよね（笑）。ありがとうございます。でも今、光熱費が安くなる面白い提案があるんですよ！せっかくなので、少々お時間頂いてもいいですか？

ガスだけじゃなくて、電気も？？へえ～？

すんなり聞いていただける、関係作りが大事



## 5.営業トーク（例）

～コンロ修理の完了後～

- 接客事例①（ガス給湯器 → エネファーム）



電気代も結構高くありませんか？  
月々、大体いくら位をお支払いなんですか？

「安いよ」と答える人は、ほとんどいない。



けっこう高いのよねえ～  
不満を引き出せればチャンス！



今、ガスで電気をつくる機械があるんですよ！  
年間で7～8万円分くらいの電気を発電するんです。  
それにガスで発電すると、そのときの熱でお湯ができる  
んです。わざわざ沸かさなくても、そのお湯がお風呂や  
台所で使えるんです。なるべく簡単な言葉で！



冬場はそのお湯を暖房に使うこともできるんですよ！  
そして万が一の停電のときも、\* \*さんのお宅だけは  
、電気が使えますし、お風呂にもちゃんと入れます。

## 5.営業トーク（例）

～コンロ修理の完了後～

- 接客事例①（ガス給湯器 → エネファーム）

へえ～、今はそんなものがあるんだ

もちろん、ガスで電気を作るので、今よりガス使用量は増えます。去年お使い頂いたのが 〇〇〇m<sup>3</sup>、〇〇,〇〇〇円のお支払いを頂いております。

最近はガスも高くなったし、光熱費がねえ・・・  
上得意先は、多額の光熱費を支払っている

この機械を設置した場合、ガス量は約1.6倍に増えます。ですが、弊社の場合はエネファーム専用料金を適用しますのでお支払い頂く金額は、約〇〇,〇〇〇円と1.6倍までには増えません。ガス消費量とガス代が高くなる事は必ず伝えておく

ふ～ん。ガスが増えるけどそういう料金があるのね

## 5.営業トーク（例）

～コンロ修理の完了後～

- 接客事例①（ガス給湯器 → エネファーム）



この機械は今、国・県・市から普及のための補助金が出ているんです。ぜひこの機会に設置されませんか？



ふう〜ん。補助金ができるんだ。  
“国の補助金”は説得力あり



補助金を適用すれば、月々〇〇,〇〇〇円のリース料だけ。まとまった初期費用は不要です。

総額ではなく、月々の金額でイメージしていただく



〇〇,〇〇〇円かあ・・・ 意外といけるかも



リース期間は10年。その間の修理・メンテナンスは弊社が責任を持って行います。

⇒ガス給湯器設置の上得意先には光熱費の切り口も有効。

## 5.営業トーク（例）

～展示会の案内に併せて～

- 接客事例②（灯油ボイラー → エネファーム）



いつもありがとうございます！展示会のご案内です。  
この度の展示会では灯油ボイラーからガスへの切替キ  
ャンペーンを行っていますので、ご案内にお伺いしまし  
た。少々お時間いただけませんか？



ハイハイ、どうぞ



ありがとうございます。  
今、灯油を買ってきて、給油しておられるのは奥様で  
すか？大変ですよね～？  
**まずは、不満の引き出し**



そうなのよ～。冬場はとくにね～  
**「楽なのよ」と答える人はあまりいない**



ガスなら買いに行かなくてもいいし、給油の手間もあり  
ませんよ。 **問題をひとつ解決！**

## 5.営業トーク（例）

～展示会の案内に併せて～

- 接客事例②（灯油ボイラー → エネファーム）



お風呂の湯張りをするとき、うっかり忘れて溢れたりした事無いですか？

“あるある”ネタを持参する



そうなのよ！あるある！

大体のひとが “ある”



ガス給湯器ですと、自動で湯張りしますし、ぬるくなれば追い焚きもできます。手間を省いて快適に過ごしませんか？

問題をもうひとつ解決！



確かに、それは楽チンね・・・



あと、今よりシャワーの勢いも強くなりますし、外の音も煙も気になることはありませんよ。

優位点・付加価値を理解していただく

## 5.営業トーク（例）

～展示会の案内に併せて～

- 接客事例②（灯油ボイラー → エネファーム）



一緒に、浴室暖房乾燥機も設置すれば、冬のヒートショック対策にもなります。いかがでしょうか？



今がお買い得なら、お願いしようかしら。  
**燃転大成功！でも、ここで終わらない！**



ちなみに、テレビでエネファームって聞いたことありませんか？エネゴリくんとか？



あ、なんか聞いたことあるわ



今、ガスで電気を作る機械がありまして、せっかくですので、その説明もさせていただいていいですか？

**事例①と同様の流れで、グレードアップ提案！**

**⇒燃転大成功！ で終わらない。このチャンスを活かす。**

# 6. エネファーム成約事例紹介

# 6. エネファーム成約事例紹介 ① 検針時にロックオン！

守り！

## ● ヤスダ邸（単機能ガス給湯器からエネファームへの更新）

機種：TM1-AD-LP（東芝製）

家族構成：6人家族

（70代夫婦, 50代夫婦, 20代息子, 20代娘）

特徴：電力需要は多い。

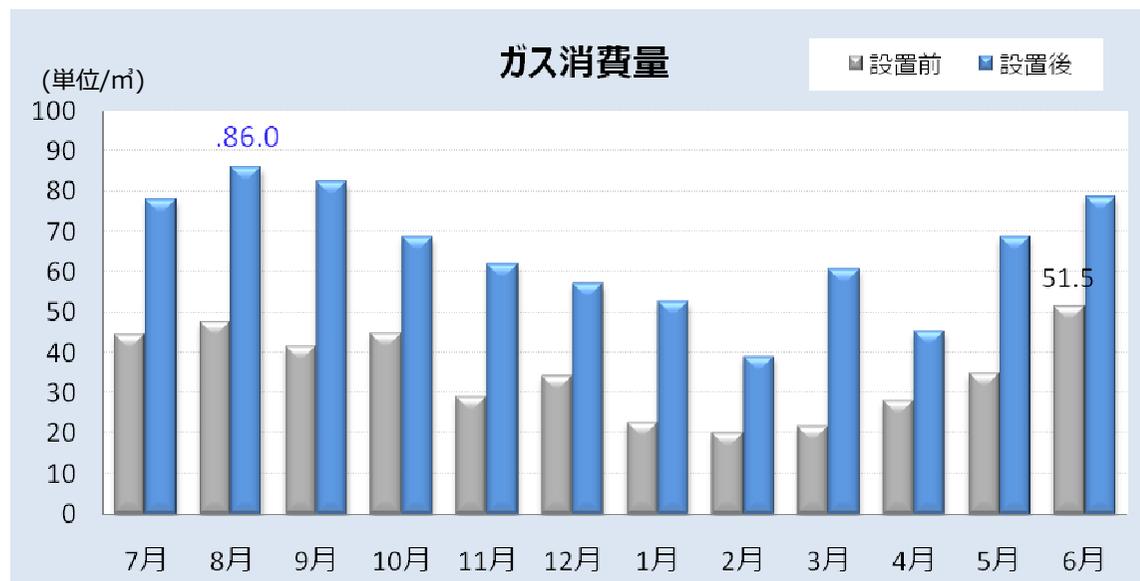
給湯需要は677L/日と大変多い。

単機能給湯器を使用。

【実績】電気料金 **-136,785円/年**

ガス料金 **+11,252円/年**

※併せてガスファンヒーター・浴室暖房設置



### 【お客様の声】

- ・電気代が4割近く安くなった！  
1万円を切ったのは初めて！
- ・浴室暖房もつけて冬場でも浴室があっただかい。
- ・自動湯張り機能もついて、うっかり風呂の湯があふれる心配がなくなった。

# 6. エネファーム成約事例紹介 ② 高くても売れる！

攻め！

## ● イワタ邸（灯油ボイラーからエネファームへの燃転更新）

機種：TM1-AE-LP（東芝製）

家族構成：5人家族

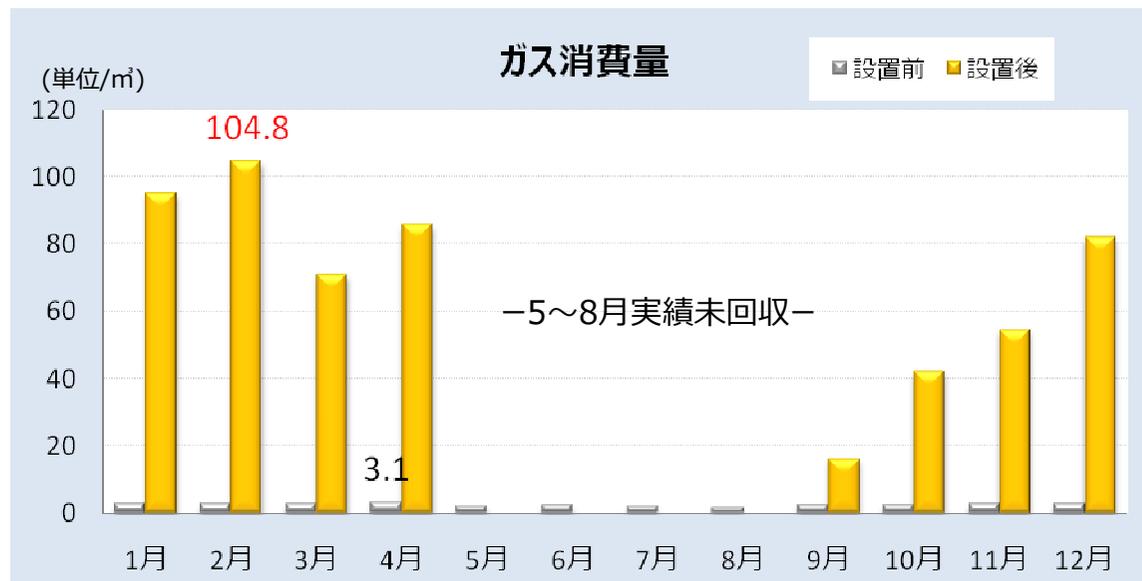
特徴：電力需要は多め。  
給湯需要は590L/日と多い。  
灯油の手間に不満あり。

【実績】電気料金 **-69,385円/7ヶ月間**

ガス料金 **+117,055円/7ヶ月間**

灯油料金 **-21,000円/7ヶ月間**

※併せてガスファンヒーター・浴室暖房設置



### 【お客様の声】

- ・電気代は1万円/月安くなった！
- ・ガス代は10倍になったが、お湯も今までより使ってる
- ・日割りで計算したら500円/日。これなら安い！
- ・一緒にガスファンヒーターも購入して、すごく快適！
- ・灯油の手間が無くなってホントによかった！

## 6. エネファーム成約事例紹介 ③ キッカケは展示会！

守り！

- コバヤシ邸（ガス給湯器+灯油ボイラーからエネファームへの更新）

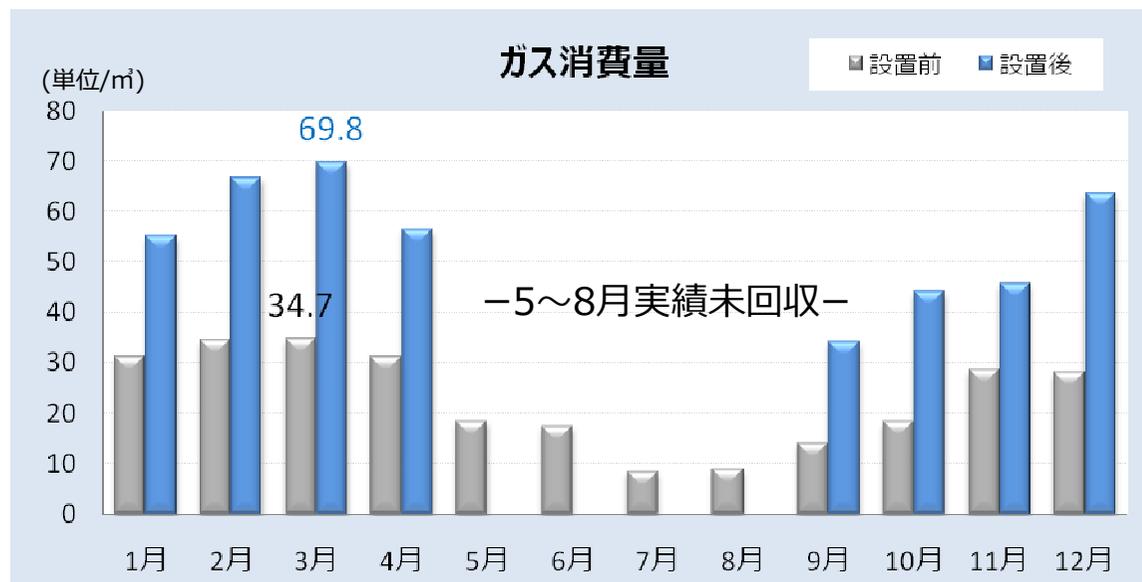
機種：TM1-AE-LP（東芝製）

家族構成：3人家族

（50代夫婦, 20代息子1人）

特徴：灯油ボイラーでシャワー、ガスで追焚と使い分けていた。  
光熱費に関心が高く、エクセルで月々の電気・ガス・灯油等の推移を管理。

【実績】 電気料金 **-59,610円/8ヶ月間**  
ガス料金 27,924円/8ヶ月間  
灯油料金 **-34,944円/8ヶ月間**



### 【お客様の声】

- ・光熱費が高く、電化も検討しようとしていた。たまたま展示会でエネファームの説明をもらったので、シミュレーションをお願いした。
- ・特に電気代が安くなっていて驚いた。

# 7.クレームにならないために

# 7.クレームにならないために

- クレームにならないために

## 1.メリットもデメリットもキチンと説明する

メリット	デメリット
今より快適な生活（温水端末・高水圧）	ガス消費量/料金は確実に増える  ※トータルコストが上昇するのであれば、 上昇分以上の付加価値があれば良い
国の補助金がある	
電気代が下がる	
無料定期点検（安心・安全）	
自家発電（我が家が小さな発電所）	

## 2.押し売りは絶対にしない！ お客さまに決めていただく

契約・捺印は家族全員がいるところで  
（特に高齢のお客さまが決定される場合）

1人を相手に決定してしまうと、「騙されたんじゃないか」という不信感の原因になる

お客さまが納得して決めたということが、より一層の満足感とクレーム防止につながる

## 7.クレームにならないために

- クレームにならないために

押し売りはしない 契約・捺印は他の家族がいるところで  
(特に高齢のお客様が決定される場合)

複数のご家族の前で成約すると

もしかして“騙された”のではないだろうか？  
という不信感を持たれる可能性が無くなる

ご家族全員に機器の特徴やメリットを十分理解していただくことで、エネファームは一層効果的な運転をする事ができる

お客様が納得して決めたということが、  
より一層の満足感とクレーム防止につながる

# まとめ

## 本日、お話したこと

- **ガスの将来を見据えて危機感を持ってエネファームに取り組む**
- **「売れない（高いから、コスト回収できないから）」という固定観念を捨てる**
- **売り手側がエネファームという商品に自信を持って取り組む**
- **エネファームを、絶対にゴリ押ししない「売りに来ました」では、お客さまは身構える**
- **デメリットもすべて話し、必ずお客さまに十分ご納得頂いた上で契約をする**
- **買っていただいたお客さまは「特別な商品をご購入いただいた大切なお客さま」  
徹底したアフターフォローで「企業ファン」、「担当セールスファン」を増やしていく**

**ご清聴ありがとうございました**