

需要開発推進におけるリース活用

平成27年9月作成



クリーンガスのほっとパートナー

T&Dリース株式会社

1. T&Dリースの概要・特色

概要

名称:T&Dリース株式会社 (旧社名:日本エルピーガスメーターリース)

設立:昭和41年9月5日 資本金:1億5千万円

株主:愛知時計電機(株)、アズビル金門(株)、東洋ガスメーター(株)、富士工器(株)

リコーエレメックス(株)、矢崎エナジーシステム(株)、太陽生命保険(株)

主要取扱い品目

■ガス業界で取り扱われる機器は殆ど全てが対象です。

マイコンメーター、容器、バルク貯槽、調整器等ガス供給機器、ガス漏れ警報器、集中監視システム、給湯器、コンロ、ファンヒーター、冷暖房機器(GHP等)、ガス消費機器、充填所設備、車両(営業車、トラック、バルクローリー車等)、コンピュータ、OA機器、住宅用火災警報器、ウォーターサーバー、燃料電池、太陽光発電システム、太陽熱システムなど

特色

■業歴40年超により蓄積されたノウハウを駆使し、ガス業界固有の課題・ニーズに応えた

「**Solution ソリューション**」をご提案します。

- ①保安確保機器、設備の計画的交換(平準化プラン)
- ②ガス消費機器販売促進(転リース・個人向けリース)
- ③新規顧客獲得(集合住宅パッケージリース)
- ④太陽光発電機販売促進(個人向け割賦販売)
- ⑤補助金活用(燃料電池・蓄電池など)

2. 需要開発推進運動とT&Dリリース

需要開発推進運動のテーマ

○災害に強く、環境にやさしいエネルギー「LPガス」をもっと社会へ、もっと家庭へ

* テーマは【三本の矢】…「進化するLPガス」「究極のライフラインLPガス」「人を育むLPガス」

T&Dリリースの経営理念

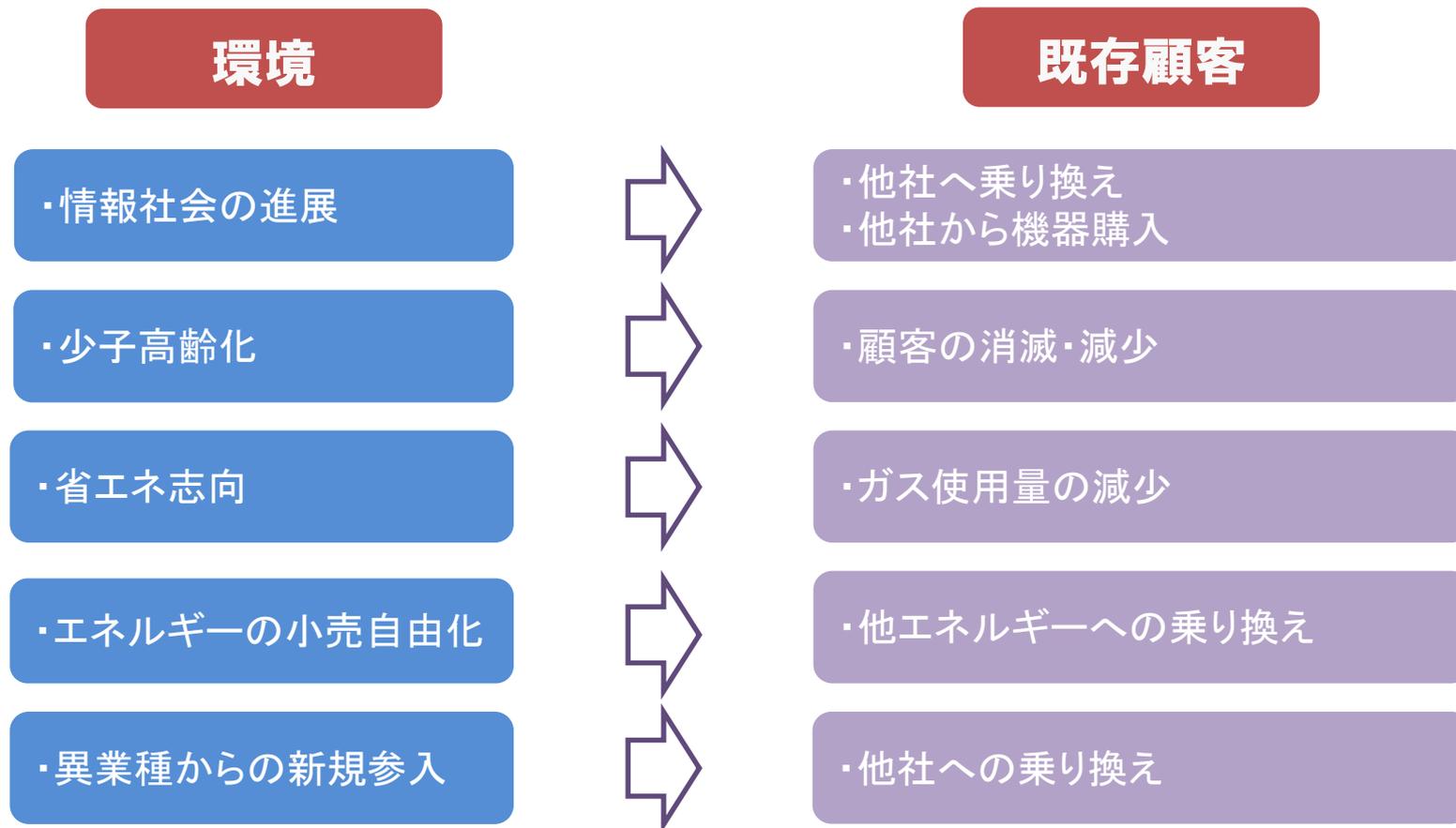
○クリーンガスの普及促進サポートを通じ

地球環境保護と社会に貢献できる企業を目指します

○エネルギー業界のプロフェッショナルリース会社を目指します

* キャッチコピーは「クリーンガスのほっとパートナー」

3. 近い将来の顧客を取り巻く環境



○環境変化によるガス離れが予想される為、早急にお客様との関係強化が必要。

4. 需要開発推進(拡販機器)

省エネ(高効率機器)

安全

高機能

快適

お客様に使って喜んでいただける商品



エネファーム

エコウィル

ハイブリット給湯器

エコジョーズ

GHP

SIセンサーコンロ

○他エネルギー業者、他販売業者から転換攻勢を受ける前に、様々な最新ガス機器の良さをお客様に知っていただき、使っていただくことが必要。

5. 関係強化のターゲット先

戸建(持家)の顧客

オール電化にしたが不便を感じている顧客

都市ガスで古いガス器具を使用している顧客

コンロしかガスを使用していない顧客

快適商品を求めている顧客

古いガス機器を永年使用している顧客

ガス機器を多数使用している大口顧客

家族構成の変化等でガス消費が増えた顧客

新規顧客の獲得

単位消費量UP

競合エネルギーから
の顧客防衛

○お客様のニーズにあった商品を提案することが需要開発につながる。

○既存顧客へは機器販売の利益より、まずはガス取引を継続を優先に考えるべき時。

6. リースの特徴・メリット

販売推進効果

お客様へリース(月々払い)を提案することで現金一括のみより購買層が拡大します。

- お客様は、ガス機器が壊れた場合速やかに新しい機器を設置したい為、現金一括でも支払います。ですが、壊れる前に取り換えを推進するためには現金一括だけでは難しく、提案・説得が必要になります。お客様は快適・便利・省エネのガス機器に興味はありますが、壊れる前の交換は他のもの(通信機器・家電品・食事・旅行・教育等)に比べ優先順位は低くなります。生活費のうち光熱費にかかる費用は変わらずに、または若干の負担で快適・高機能・省エネ機器を導入できると提案し納得いただけた場合、ようやく入替えとなります。その場合、リース等の月々払いが有効な武器となります。

<イメージ> SIセンサーコンロ:140,000円の場合



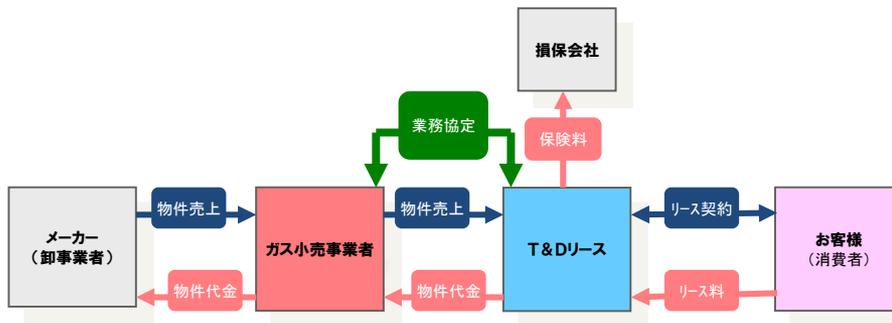
- 例えば昨年、給湯器:300,000円を現金で購入していただいたばかりのお客様に、コンロ:140,000円を壊れる前に提案してもなかなか難航して商談は進まないと思われます。そのような場合もリース(月々払い)が有効です。

<イメージ> エコジョーズ:300,000円 SIセンサーコンロ:140,000円の場合



7.リースの仕組み(個人向けリースと転リースの違い)

個人向けリース



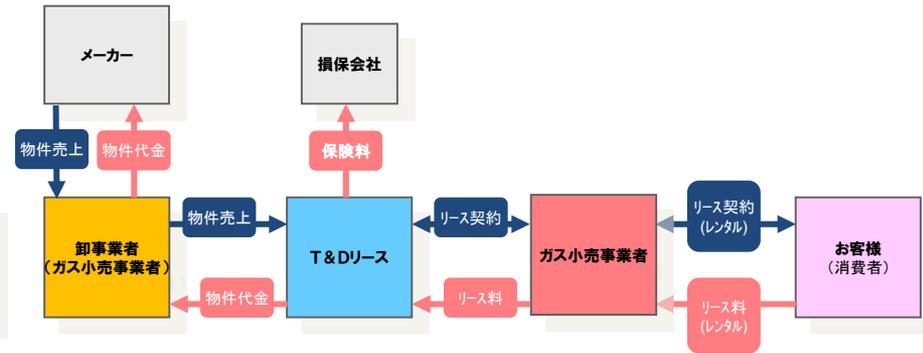
<特徴>

- 最初にガス小売事業者様の審査をさせていただき、その後T&Dリースとガス小売事業者様間で「業務協定」を締結させていただきます。
- 機器は家庭用が対象で、個人消費者(又は賃貸住宅オーナー)とT&Dリース間で直接「リース契約」を締結します。
- リース契約はT&Dリース所定の契約書(4枚複写)を使用します。
- リース料はT&Dリースが消費者から直接回収します。
- 消費者の与信判断はT&Dリースが行います。

<メリット>

- ・ガス小売事業者は消費者からの機器代金(リース料)の回収リスクを負いません。

転リース



<特徴>

- 最初にガス小売事業者様の審査をさせていただきます。
- その後は案件発生毎(月締め)に「リース契約*」を締結します。
 - *リース期間別に複数の消費者に設置した物件をまとめてご契約します。
- ガス小売事業者様とT&Dリース間の契約書は所定のものを使用、ガス小売事業者と消費者間の契約書は指定はありません。
- 消費者からのリース料はガス代金と一緒に回収していただきます。
- 消費者の与信判断はガス小売事業者様で行えます。

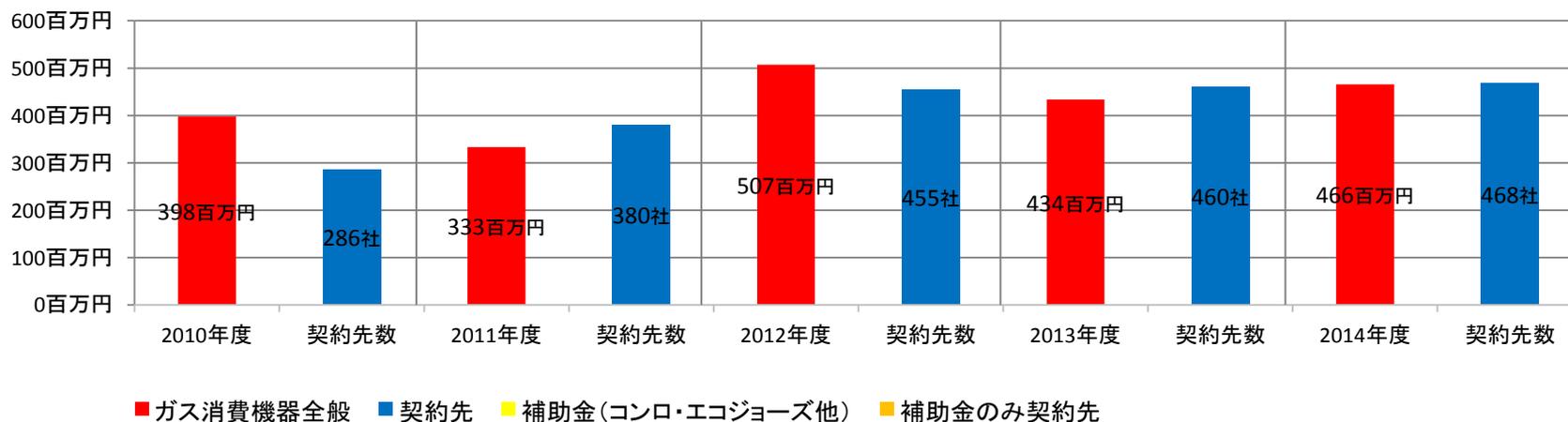
<メリット>

- ガス小売事業者と消費者が直接リース契約を締結するため消費者との関係強化・関係継続(囲い込み)が図れます。
- 消費者とのリース契約手続きが簡便に行えます。
- リース料はガス小売事業者様の自由設定です。(例:ワンコインリース)

8-1. 転リース・個人向けリースの実績比較

* T&Dリース東京営業部管轄(関東・山梨・長野・新潟・静岡)の個人向け実績

LPガス消費世帯数: 7,398,000軒

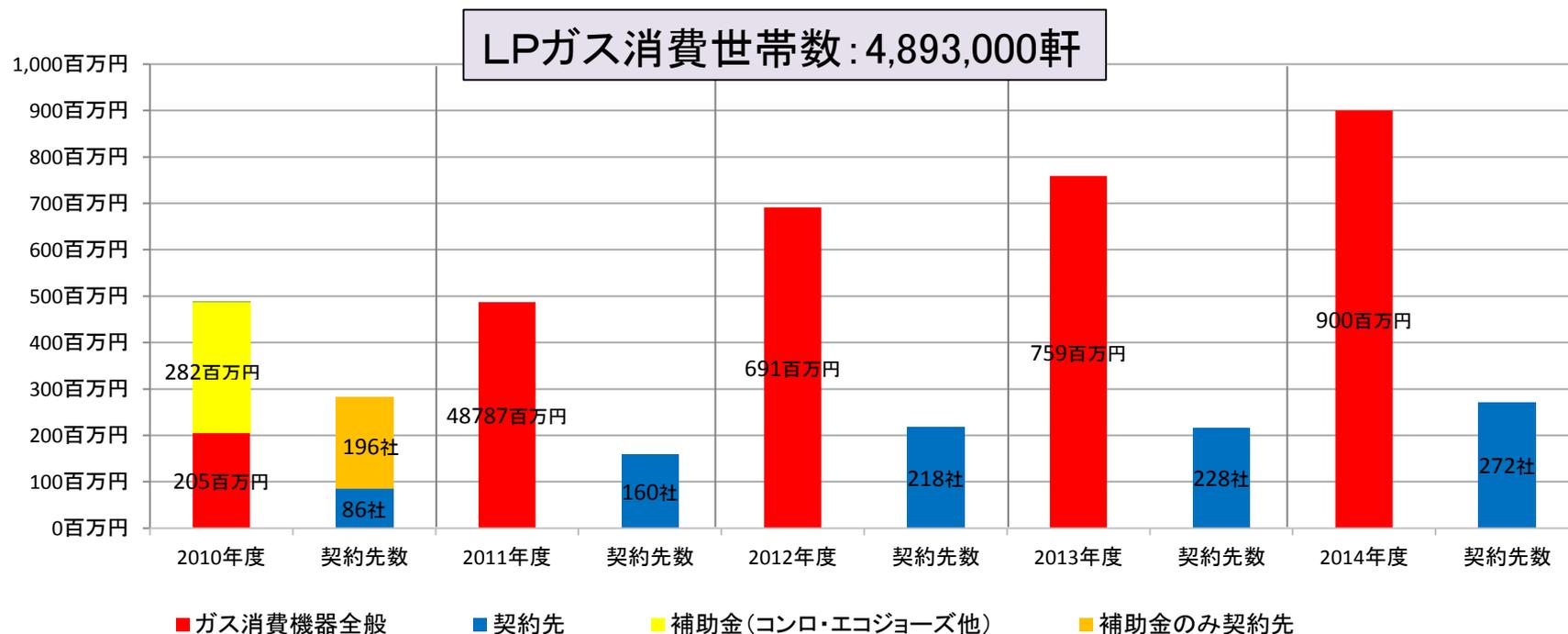


個人向けリース契約額	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
ガス消費機器全般	398百万円	333百万円	507百万円	434百万円	466百万円

個人向け利用先	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
利用先	286社	380社	455社	460社	468社

8-2. 転リース・個人向けリースの実績比較

* T&Dリース福岡支店管轄(九州・沖縄・山口・広島)の転リース実績



転リース契約額	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
ガス消費機器全般	205百万円	487百万円	691百万円	759百万円	900百万円
補助金案件(コンロ・エコジョーズ他)	282百万円	0百万円	0百万円	0百万円	0百万円

転リース契約先	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
契約先	86社	160社	218社	228社	272社
補助金のみ契約先	196社	0社	0社	0社	0社

9. 転リースの特徴・メリット

囲い込み効果

ガス小売事業者様がお客様と直接契約することでリース期間中の囲い込み効果が得られます。

○転リースは優良(大事)なお客様を長期間囲い込む為の営業戦略です。

ガス料金の不払い実績があるお客様、賃貸住宅の入居者などに奨めると回収リスクが高くなります。

個人向けリースではT&Dリースと消費者間の契約になりますのでガス小売事業は囲い込み効果はありません。

○リース(借りていること)をお客様に意識させることで他社(他エネルギー)からの売込みがあった時、何らかの連絡がある等防波堤の役割も果たします。

○リース物件が壊れたら必ず連絡してもらうようにお客様に意識させることで、接点強化・訪問機会が得られます。

○リース期間中にリース物件の点検を名目に定期訪問することで追加提案の機会が得られます。

○リース満了時に新商品(新リース)を提案することで、知らない間に他社(家電量販店・通販など)で新しい機器を買われていた等の状況も少なくなります。

費用負担軽減効果

お客様から回収したリース料でリース料を支払いますので、設備投資としての費用負担はありません。

○自社リースなどガス小売事業者様が機器を購入してリースする仕組みだと、先行投資と同じく毎期費用負担が発生していることとなります。

転リースの場合、T&Dリースが購入代金を支払いますので負担がありません。

○T&Dリースのリース物件には、機械的・電氣的な故障、天災等事故、人的ミスにも対応する動産総合保険が付保されていますので、修理費用負担が軽減されます。(エネファーム等発電機器は除きます)

10. お客さま(消費者)へのアプローチポイント

Point 1

高効率・高機能タイプへグレードアップ！

Point 2

プラスαの快適ガス機器を導入！

Point 3

ガス代金といっしょに月々支払い！

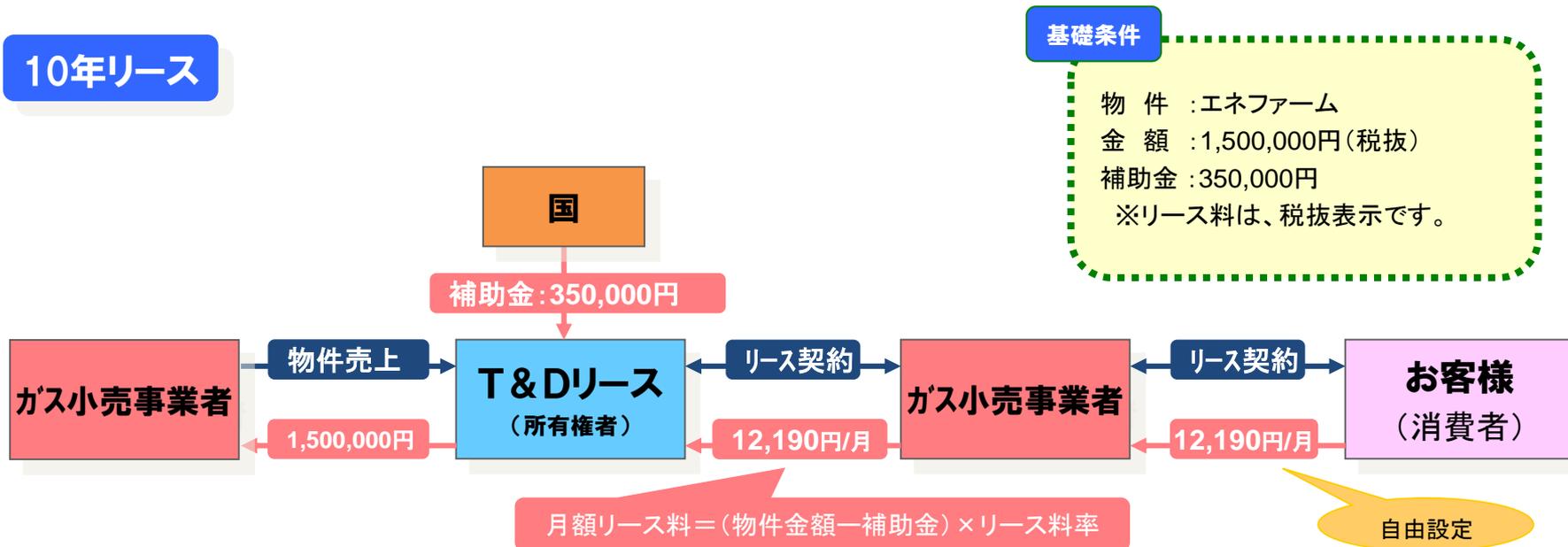
(クレジット契約等の面倒な手続き不要)

Point 4

故障時は無償で修理対応！

11. ケーススタディ①(エネファーム)

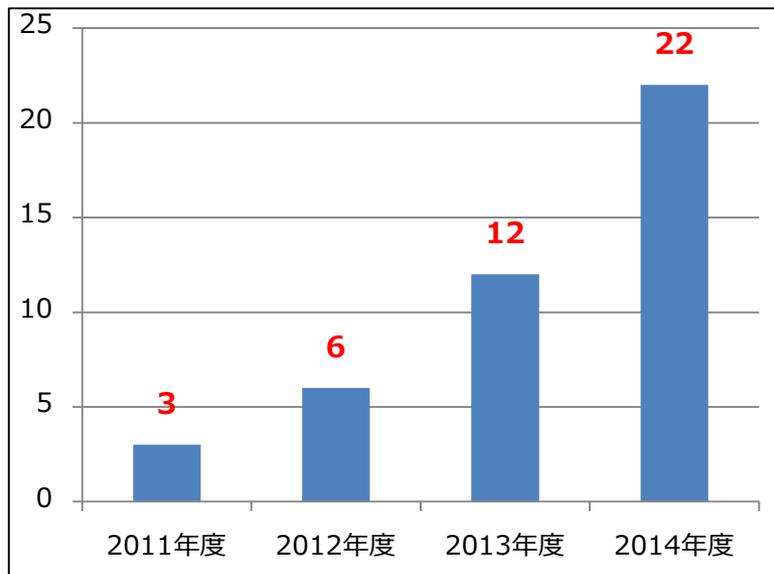
10年リース



Point

- 既存のお客様へ設置することでガスの増販となる機器であり、最初に必ず提案すべき機器。
- 機器設置による光熱費のシフト(電気料金減小・ガス料金増加)であり、設置することで光熱費が下がるなどのメリットをだせる機器ではない。
- お客様へトータルコスト上昇分の付加価値(快適性)を如何に理解してもらうかがカギ。

■ 「転リース」を活用した、エネファーム販売実績



■ 「転リース」と「現金販売」の比率

(単位：台数)

	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	総計
合計	6	7	14	44	71
転リース	3	6	12	22	43
現金	3	1	2	22	28

*既築：53台 (75%)、新築：18台 (25%)

転リース	50.0%	85.7%	85.7%	50.0%	60.6%
現金	50.0%	14.3%	14.3%	50.0%	39.4%

■ エネファームに注力した理由

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」

■ リースを採用した理由

- ・初期投資が要らないことが、月々定額で家計負担を軽減できる安心を与えるから。
- ・既築販売の基本方針をリースとしているため。

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

■ 社内周知・営業教育

- ・「転リース」のメリットを徹底して教えた。
- ・エネファームに関しては、専門用語を使用せず、わかりやすい言葉で営業することを教育した。

■ 結果

- ・お客様の与信は当社が行うので、お客様に対し自信を持って提案でき、契約までが早くなった。
- ・「転リース」を前提に、お客様のシミュレーションを作成し、目で見て納得頂き、初期投資がないことを喜ばれた。
- ・2011年～2014年、**既築：53台**、**新築：18台**、計71台のエネファームの販売実績をあげることができた。

■ 今後の展開

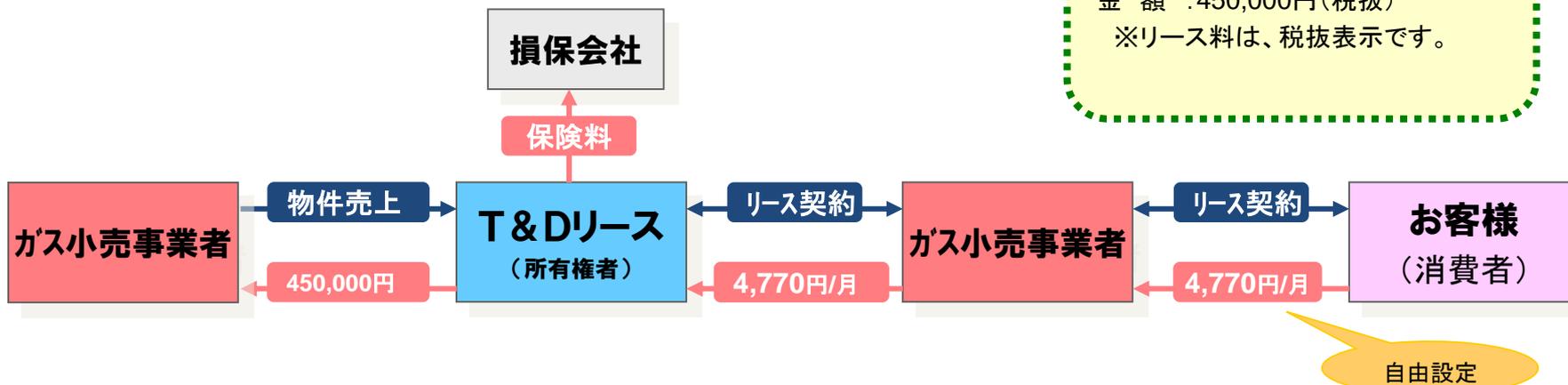
- ・今後もエネファームの既築販売に取り組んでいく。
- ・GHPのリプレースなど、業務用の「転リース」も検討していきたい。

11. ケーススタディ②(ハイブリッド給湯器)

10年リース

基礎条件

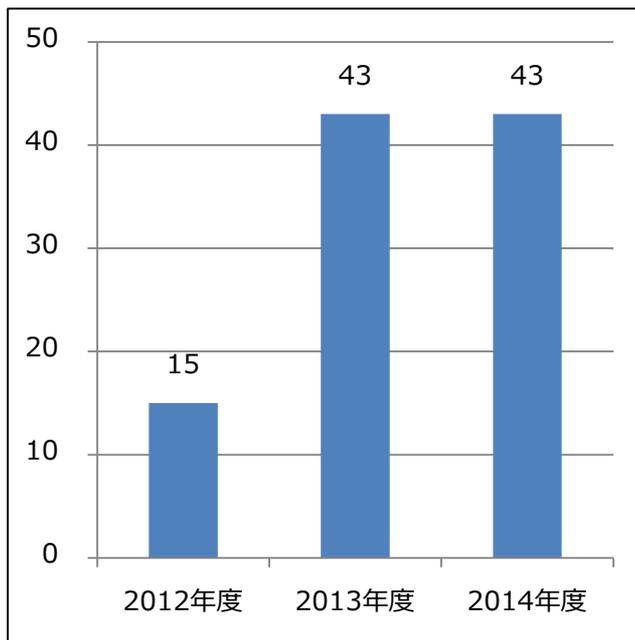
物件 : ハイブリッド給湯器
金額 : 450,000円(税抜)
※リース料は、税抜表示です。



Point

- 既存のお客様へ設置するとガス使用量が半分になる為、+αの快適ガス機器を提案しやすくなる。
- 最優先で確保したい給湯分野における他エネルギーからの燃転で威力を発揮する機器であり、経済メリットがだしやすい為、取り組みしやすい商品である。
- 10年以上経過したオール電化住宅の温水器をターゲットとして、ガスへの転換に活用したい。
- ガス料金は下がるが電気料金は上がる為、できれば省エネ家電(エアコン・LEDなど)も同時に奨めると効果的。

■ 「転リース」を活用した、ハイブリッド給湯器販売実績



■ 「転リース」と「現金販売」の比率

(単位：台数)

	2012年度	2013年度	2014年度	総計
転リース	15	43	43	101

転リース	50.0%
現金	50.0%

■ ハイブリッド給湯器に注力した理由

燃料転換・電化防止に最適の商品だと考えたから。

- ・灯油を主としているお客様に、少量でも使用してもらえる商品。その後、ガス機器販売へと展開していける商品。
- ・戦略としても、既存の給湯器入れ替えではなく、燃料転換のターゲット先のみで販売展開している。



■ リースを採用した理由

- ・「良いもの」「高いもの」に対し、私達にとって「金額提示・提案がしやすい」、お客様にとって「買いやすい」のがリース。



- ・顧客を囲い込む手法としても非常に有効であると感じた。



T & Dリース

リース料

リース契約



ガス事業者様

リース料 (自由に設定)

リース契約

	<ul style="list-style-type: none"> ・ハイブリッド給湯器 ・浴室暖房乾燥機 ・温水式床暖房
	<ul style="list-style-type: none"> ・ハイブリッド給湯器
	<ul style="list-style-type: none"> ・ハイブリッド給湯器 ・浴室暖房乾燥機 ・ミストサウナ
	<ul style="list-style-type: none"> ・ハイブリッド給湯器

■ 社内周知・営業教育

- ・新入社員に、コンロ販売を競わせるキャンペーンを行い、リースの売り方を現場で学ばせている。
- ・売れるようになったら、ステップアップとして先輩に同行し、さらに売り方の幅を広げている。

■ 結果

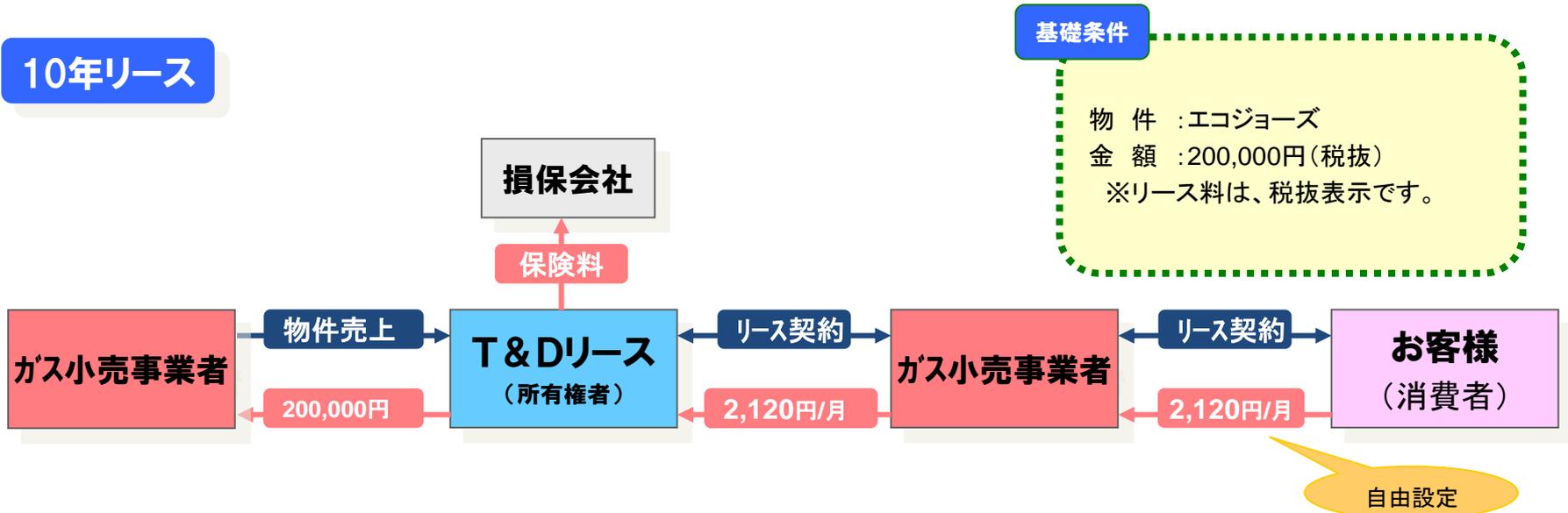
- ・金額に影響されない確かな売り方が身についている。
- ・リースも売り方の引き出しの一つとして効果的に使えている。
- ・リースという営業手法の幅が広がったことで、リース料収入が会社の安定収入につながっている。

■ 今後の展開

- ・ハイブリッド給湯器の位置付けを明確にして、取組を継続・強化していく。
- ・ハイブリッド給湯器・太陽光・蓄電池の注力商材で、既築の戸建住宅に営業展開していきたい。

11. ケーススタディ③(エコジョーズ)

10年リース

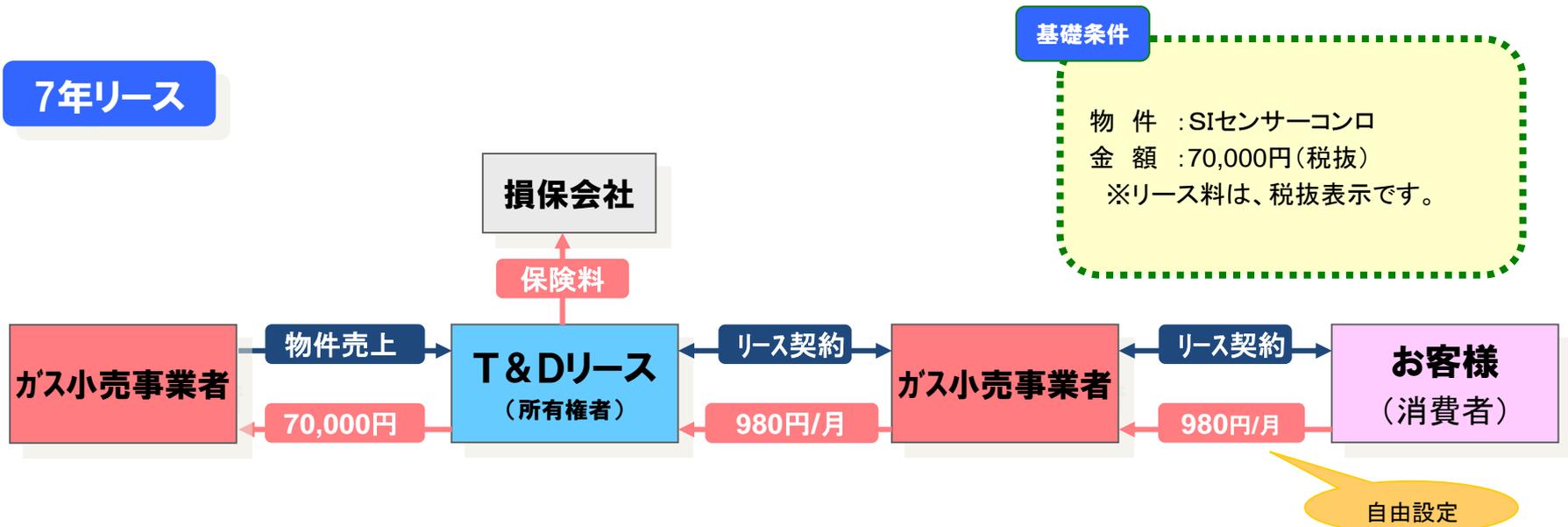


Point

- 給湯器は10年以上使用している商品で、基本はお湯が使えていれば日頃お客様は意識していない。よって壊れた時の提案が多くなるが、現金で売ってしまえば次の提案機会は10年以上先になる。10年間の電化攻勢を考えると給湯分野の確保は重要である為、出来るだけ省エネ商品を負担感なくお客様に設置させ囲い込み(関係継続)したいので、長期間のリースを奨めたい。
- 既存のお客様へ設置するとガス使用量は減るが、お客様との永い取引継続のためには勧めなければならない商品。
- 同時、または将来の暖房分野開拓の為にできるだけ熱源機を奨めたい。

11. ケーススタディ④ (SIセンサーコンロ)

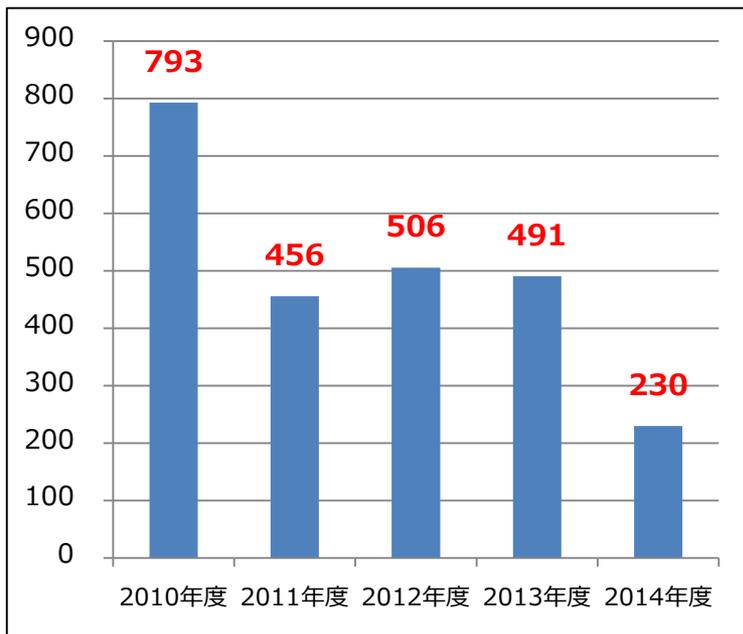
7年リース



Point

- 電化攻勢の防波堤となる最前線の商品。（電化で育った子供はガスには戻ってこない）
- お客様の目と手に触れる身近なガス機器であり、商品自体の魅力と営業担当者の説明スキルで大きく売り上げが変わってくる。よってできるだけ商品ラインアップをそろえお客様の選択肢を増やし、営業担当者の商品知識力と説明スキルを磨くことが大事。
- 毎日使うコンロは汚れにくく、綺麗なうちは買い替えはしにくいことを考慮すると、ややくたびれだした7年経過くらいが新商品の提案の機会と思われる。

■ 「転リース」を活用した、SIセンサーコンロ販売実績



■ 「転リース」と「現金販売」の比率

(単位：台数)

	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	総計
転リース	793	456	506	491	230	2,476

*2010年度は、補助金コンロ。

転リース	100.0%	50.0%
現金	0.0%	50.0%

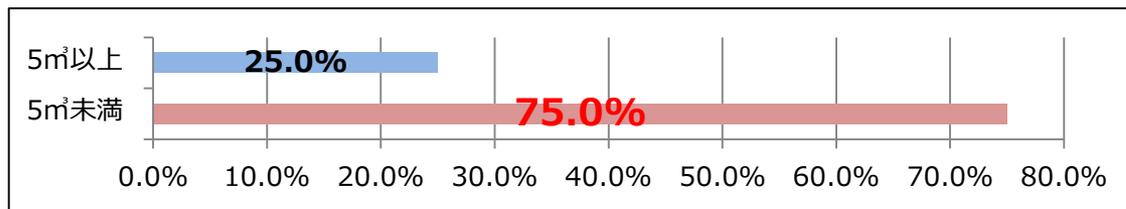
弊社は、経済産業省の「平成22年度高効率厨房機器普及促進補助事業」(補助金コンロ)で、全体取扱シェア70%を獲得しました。

■ SIセンサーコンロに注力した理由

「**コンロを守る**」ことが、**燃料転換**になり、**電化防止**に繋がるという考えにいたった。

【 オール電化の分析結果 】

燃転されたお客様の75%は、1カ月のLPガスの使用量が、5m³のコンロだけのお客様だった。



■ リースを採用した理由

- ・お客様にとって、初期投資（一括払）の必要がなく、安心の月々定額払であること。
- ・私達にとって、動産総合保険が付いていることは、お客様へのPRポイントとなること。
- ・コンロの拡販→燃転に向けて、今までのやり方に加えて、営業の引き出しが増えること。

【 保険金のお支払事例 】



※詳しくは、動産総合保険のチラシでご確認ください。

■ 社内周知・営業教育

- ・営業施策のトップに打ち出し、毎月、全事業所を回って、不調であれば、ともに原因究明し、燃リース戦略を教育した。

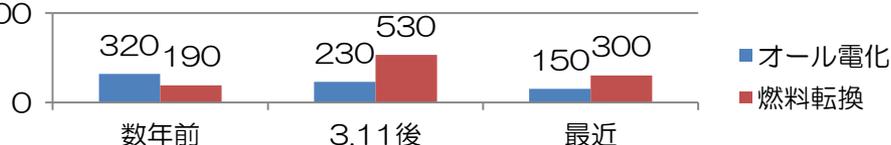


- ・営業会議のやり方も変え、実際に実績をあげた担当者に発表させ成功事例をメインにしたことで会議が活性化した。

- ・最初は否定的だった現場担当者もいたが、1年経過した頃には考え方が変わっていた。

■ 結果

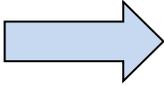
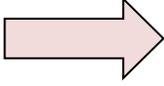
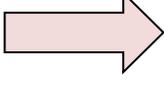
- ・発表を聞いている者は刺激を受け、発表する者は成果の喜びを感じモチベーションが上がった。
 - ・営業の提案先が、現金（壊れてから交換）のみから、壊れる前の機器不調先にまで提案先が広がった。
 - ・燃料転換、電化防止が確かな結果となった。1000
- 転換された先（オール電化）、転換した先（燃料転換）で逆転できた。



■ 今後の展開

- ・ハイブリッド給湯器+快適ガス機器のセットリース、家電セットリースも検討したい。
- ・電気・ガスのセット販売も視野にバリエーションを増やしていきたい。

お問い合わせ先 一覧

お住まいの地域	お問い合わせ窓口	ご連絡先
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 北海道 ◆ 関東地方全域 ◆ 甲信越地方全域 ◆ 静岡県（一部） 	 東京営業部	住所) 東京都港区港南2-16-2 太陽生命品川ビル TEL) 03-6433-1264 FAX) 03-6433-1265
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 東北地方全域 	 東北営業所	住所) 宮城県仙台市青葉区本町1-12-30 太陽生命仙台駅北ビル TEL) 022-217-0175 FAX) 022-217-0176
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 中部地方全域 ◆ 北陸地方全域 	 名古屋支店	住所) 愛知県名古屋市中村区名駅3-16-4 太陽生命名駅ビル TEL) 052-541-1471 FAX) 052-541-1477
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 近畿地方全域 ◆ 四国地方全域 ◆ 中国地方 (岡山県・鳥取県・島根県) 	 大阪支店	住所) 大阪府大阪市難波2-1-2 太陽生命難波ビル TEL) 06-6484-3911 FAX) 06-6484-3922
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 九州・沖縄地方全域 ◆ 中国地方 (広島県・山口県) 	 福岡支店	住所) 福岡県福岡市博多区博多駅前3-26-23 太陽生命博多ビル TEL) 092-472-6670 FAX) 092-472-6680

ご清聴ありがとうございました。

おかげさまで
50周年

2016年9月、
T&Dリースは
50周年を
むかえます。



グリーンガスのほっとパートナー

T&Dリース株式会社

本社 〒108-0075東京都港区港南2丁目16番2号 太陽生命品川ビル8階
代表 TEL:03-6433-1160

名古屋支店 TEL:052-541-1471 福岡支店 TEL:092-472-6670
大阪支店 TEL:06-6484-3911 東北営業所 TEL:022-217-0175