

# ウェブ集客を強みに住設を販売

## キンライサー 森 崇 伸 CEO



森崇伸(もり・たかのぶ)CEO  
1974年、群馬県生まれ。  
高校卒業後、車の整備士を経て、  
給湯器の施工会社に入社。23歳で  
前進となる近畿ライフサービスを  
起業。19年8月にキンライサーに  
社名変更した。20年8月には、本  
社所在地を神奈川・新横浜から、  
東京・虎ノ門に移転している。

# 株式上場を準備、海外展開も

給湯器の販売・施工のECサイト「キンライサー」を運営するキンライサー(本社東京都、森崇伸CEO)は、20年7月期の売上高が前期比49・5%増の5億900万円と大幅増収だった。森CEOは本紙のインタビューに、新規株式上場(IPO)を準備していることを明らかにし、米国、中国、オーストラリアへの海外展開も準備しているという。21年7月期の売上高は65億円(前期比30%増)を計画。「ウェブ集客」を自社の強みにしている森崇伸CEOに話を聞いた。

——20年7月期の増収要因について聞きたい。

ガス給湯器のほかに、電気給湯器(エコキュート)の売り上げが伸びたことが大きい。当社は18年10月に新しく電化事業部を立ち上げた。電化事業部は、ガス給湯器の事業部と異なる部門として、電気給湯器を販売している。関西エリアからスタートし、19年3月に関東でも販売を開始した。前期の販売比率はガス給湯器が81%で、エコキュートが13%となった。エコキュートはすべて新規で取ることができたと判断している。

### ウェブ集客を軸に展開

——ウェブ集客について聞きたい。

当社は、ウェブ集客を軸に展開して2年以上となった。その積み重ねのもと、SEOやウェブサイト作り、

電化事業部の集客は、これまで培ってきたウェブ集客のノウハウを生かし、販促につなげることができた。当初はガス給湯器の販売チームに電気給湯器も販売してもらう予定だったが、ガス給湯器の販売が好調で忙しく、エコキュートの販売も想定以上の推移となったため、電化事業を独立継続することにした。ちょうど2年が経過したが、今は営業も施工もほぼ内製化している。電化事業部は現在、西日本エリアで3人、東日本エリアで3人と計6人の営業体制を敷いている。

ガス給湯器の販売も伸びた。キャッシュレス還元や給付金の影響もあり、20年6月度は前年同月比で180%増となった。コロナ禍でテレワークが広がり、家族みんな

やしてしまうと、現場がパンクし、顧客にも迷惑がかかってしまったため、攻めと守りのバランス調整が非常に難しい。だからこそタイムリーな情報確認と判断が必要になる。他社から見れば当社の取り組みは大胆なものに見えるかもしれないが、緻密で戦略的に実施している。ウェブ集客と施工体制、ここが他社との差別化になっていると思う。

——株式の新規上場、海外進出の計画は。

主幹証券会社の選定などはこれから進めていくが、IPOの準備は着々と取り組んでいく。あとは売り上げの拡大や基盤をしっかりと築くことだと考えている。

海外展開については、日本市場が今後シュリンクすることも想定した上で判断していく。現在進めているのは、米国と中国、オーストラリアの3カ国。米国は準備が整いつつある。米国市場では日本製のタンクレ

型給湯器が省エネや性能の面で評価され、年平均で14%の成長となっているようだ。この機種の取り付け工事において商機があると考えている。現地の工事は日本と違い、時間や対応がルーズであり、われわれの正確さを武器に展開したい。現場へ足を運ぶスピードや施工時間、見積もり費用も含め、これまで取り組んできていたことを、海外で生かせば商機はあるはずだ。ウェブサイトも、現地のドメインで地域にあったサイト作りを行う。

——現状の課題と、今後の計画は。

現在、当社では1日に200件以上の見積もりを作っている。テレビCMの効果で1日に354件の見積もり対応を行った日もあった。今後は1日500件の見積もり対応できる体制を築いていく必要がある。見積もり依頼から契約までのコンバージョン率は徹底管理しているが、この体制はさらに強化していく計画だ。

昨年度は2万5000件の工事実績が作ることができた。この顧客基盤をさらに拡大する別のチャンネルを準備する必要がある。その一つとして電気とガスの販売を開始した。インフラの部分で接点を増やすことで、電力・ガス会社とともに成長できる土台を作ることができる。

また、販売・施工したら終わるのではなく、リピート顧客作りにも注力していく。最近、LINE@で公式アカウントを開設し、約2週間で1400人の登録につながった。珍しい商品や面白いアイテムなどの情報を発信し、LTVを高めるための一つのツールに育てていく。

情報を発信していく中で、エアコンの掃除や在宅商材の分野にも進出し、新たな事業部を作ること検討している。当社で給湯器を設置した顧客を対象に、長い付き合いができる環境を作ることが次の目標でもある。

### 取材の裏側

森社長を影で支えているのが、常務取締役である佐藤公治氏だ。佐藤常務は現場管理を行っており、社長の右腕としてその存在感

### 攻守そろった経営陣

は非常に大きいと感じた。今回のインタビューは2人が参加する形。時折見せる「連携プレー」は、社内の意思疎通と決断のスピードを感じさせた。攻守揃った経営陣がいる同社の成長には今後も注目していきたい。

### 1日500件の見積もり対応を

——現状の課題と、今後の計画は。

現在、当社では1日に200件以上の見積もりを作っている。テレビCMの効果で1日に354件の見積