

フリマ・現金化アプリの席卷

買取難による粗利低下

などにより

閉塞するBtoCリユース市場・・・。

これから求められるのは**付加価値の追求！！**

OPEN3カ月で、

月間
売上**450万**営業
利益**100万**

を成し遂げた驚異の

時計修理専門店とは!?

約10坪の省スペース

集客に強いモデル

投資回収1.5年



株式会社ミノル
代表取締役社長 松藤茂氏



- OPENわずか3カ月で**月商450万・営業利益100万**を達成する驚異のリペアモデルとは!?
- **実務経験ゼロ**のスタッフでも**粗利70%**を叩き出す、修理・オペレーションの秘訣とは!?
- お客様に安心・信頼して頂くための接客とスタッフ教育手法は?
- **リユースショップだからこそ**、リペア専門店をお勧めする理由

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4丁目4-10 船井総研 大阪本社ビル

リユース企業向け リペア専門店立上げセミナー

お問合せNo.S027108

TEL.0120-964-000 平日 9:30~17:30

FAX.0120-964-111

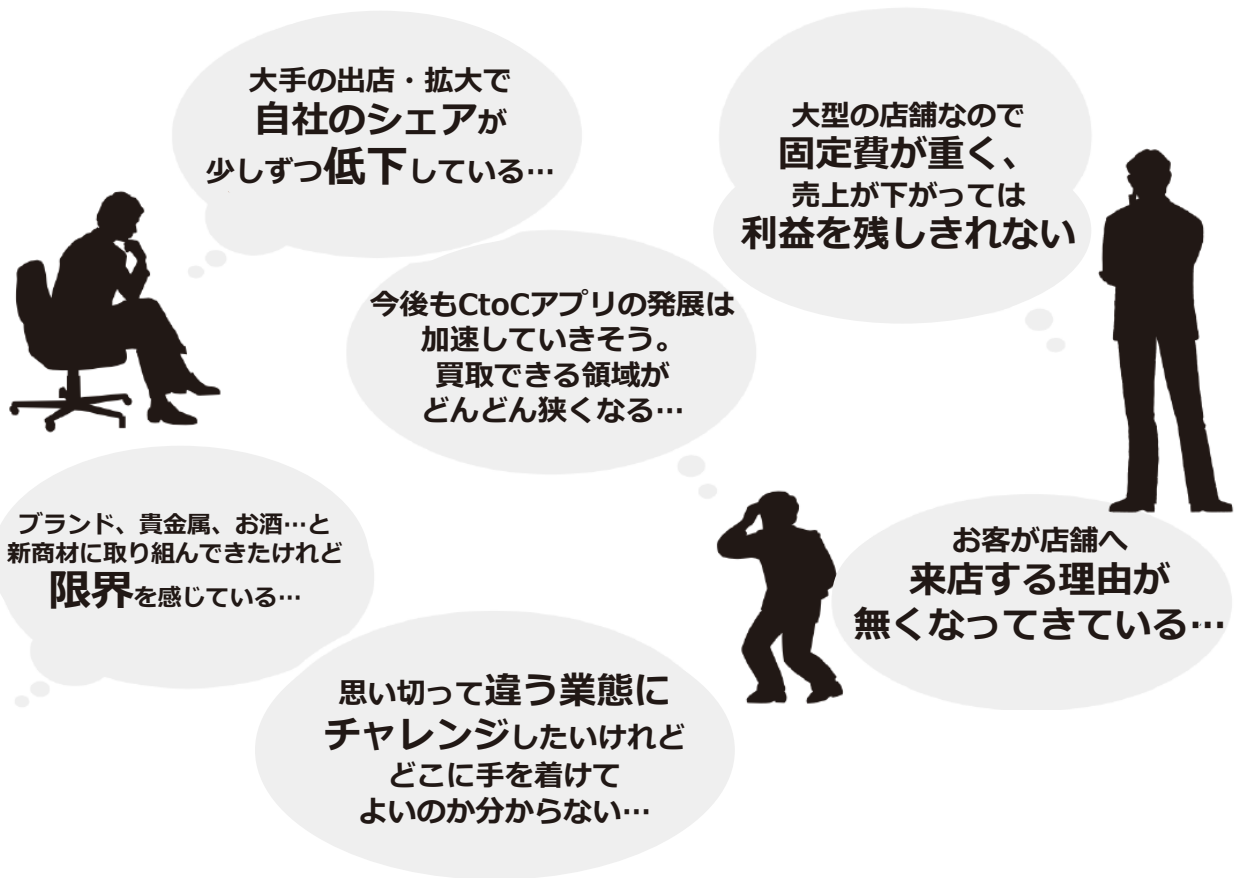
24時間
対応

お申込みに関するお問合せ：浅井 内容に関するお問合せ：フジオカ

WEBからもお申し込みいただけます。(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。)

027108

1. 変革と淘汰が進むリユース業界



上記の様な声は弊社が開催しているセミナー・勉強会にご参加いただいた経営者さんからよくいただく質問です。

- ・ネット買取事業者やCtoCアプリの普及により店舗に行く必要がなくなりつつある事
- ・金プラ・チケットなど、商材そもそもの需要が低下している

特にこの2点が店舗型リユース・質店などの売上を下げている要因だと思われます。

そんな中『リユースのノウハウが生かせる別業態にチャレンジしなくては』と考えている方も少なからずいらっしゃるのではないのでしょうか・・・。

今回のリユース企業向け経営レポートでは、リユース業界と同じく店舗集客の落ち込みが激しかったジュエリー業界において、**小売りからリペア専門店へ業態転換**を行い、わずか**3カ月で単店売上450万、営業利益100万**と大成功なさっている株式会社ミノル様の成功までの軌跡とその秘訣をご紹介します。

リユースに近い領域であることは分かっているけれど、ノウハウや知識が無く手を着けていなかったリペア・修理について知っていただく良い機会にさせていただければと思います。

ミノル様の成功ストーリーは右ページから！ ➡

2. ミノル様から学ぶ、リペアへの業態転換成功ストーリー

ここからはミノル様のリペア専門店『時計宝石修理研究所』の出店に至るまでのエピソードを、代表取締役社長 松藤茂氏へのインタビュー形式でお届けします。

リユースと同じく店舗の寡占化が進む宝石小売り業界で、こういった取り組みが業態転換成功に繋がったのでしょうか。

株式会社ミノル様ご紹介



■ 事業内容

宝石・貴金属・時計の販売
時計・宝石の修理

■ 創業年

昭和39年（1964年）

■ 資本金

3,200万（グループ総資本）

■ 店舗数

関西を中心に20店舗

時計宝石修理研究所とは??

概要

2016年にそれまでジュエリーショップであった枚方店を改装、目を引く外装や白衣を着用した修理スタッフが特徴的な修理専門店「枚方時計宝石修理研究所」としてオープン。2017年には京橋、寝屋川にて新規出店・拡大を行った。
京橋店ではオープン3カ月で月商450万、営業利益率25%を達成。大成功モデルであることを確信。今後は関西エリアにとどまらず全国に出店予定。

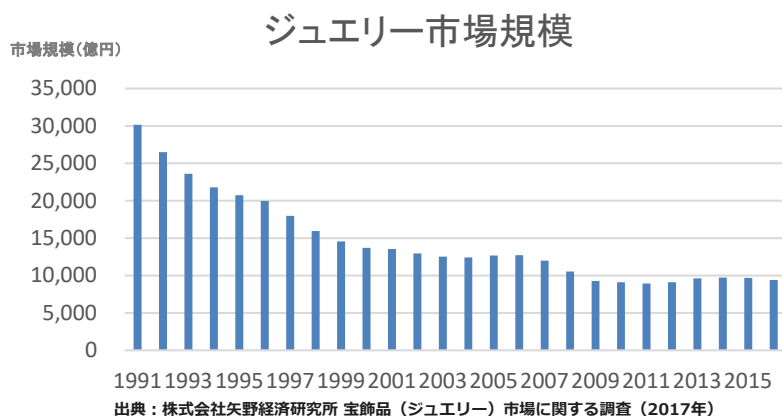


業界への危機感『次の打ち手が欲しかった。』

ー ミノル様は宝石・貴金属販売業として50年以上運営を続けられていますが、リペア専門店『時計宝石修理研究所』の出店は思い切った戦略だったかと思います。まず初めに松藤社長がリペア業態に参入されたきっかけを聞かせてください。

一番大きな理由は自分たちの**業界のパイが確実に縮小していつている**のが自分の店舗にも数字で目に見えて実感出来るようになったからですね。ジュエリー業界は20年程前までは2,3兆円程市場規模があったんですが、バブルの崩壊による高級品への消費意欲減退や、婚姻数の低下などで今は全盛期の3分の1以下になりました。

私共の出店している店舗もその大きな流れには逆らうことができず、店舗数も全盛期の半分以下にまで縮小せざるを得ない状況でした。『何か次の打ち手はないだろうか』と日々模索していましたね。



ー なるほど…業界そのものが縮小していく危機感があったんですね。どのタイミングでリペア業態へチャレンジする決断をできたのでしょうか？

一決断というか、きっかけはとある修理店を目にした時です。そのお店は修理工房を併設しているタイプの時計修理店で、電池交換からオーバーホールまで取り扱っていました。しばらくの間滞在して様子をうかがっていたんですが、地方店舗なのにも関わらず修理受付待ちの人が絶えないんですね。

その時『あ、これはいける。』と思いましたね。それまで修理は基本的なサービスとしてメニュー化はしていたのですが、あくまでアフターサービスの一環として行っていたので売上も微々たるものでした。ですが修理に思いきり寄せた専門店にしてしまえば需要はあるのでうまくいくんじゃないかと思いました。もともと時計の知識はあるので高級品も対応できる自信もありましたね。

なによりお客様の志向が『モノ』から『コト』、『消費』から『体験』へと変化している現代では修理って**今後もっと市場が広がっていく業界**なんじゃないかな、と思えたことがチャレンジできた一番の要因ですね。

ー社内外での初めの反応はどうでしたか？

ー 新しい事を始めようとするすると反対意見が付きものですが、やっぱり初めは大反対を食っていましたね（笑）。社内からもSC・ディベロッパーの方々からも「今さら予算をかけてするものではない!」「あえてリスクを負ってまでする事業ではない!」などの意見をいただきました。ですが「反対意見を言ってくれる人は事前にリスクを伝えてくれる支援者」と捉え、起こり得る問題やリスクを洗い出して1つ1つクリアしていきました。例えば修理スタッフの人材問題でいうと、すぐに[修理専門学校への訪問を行いパイプを構築したり](#)ですね。こちらが本気でやっているんだ、という意思表示を続けていると少しずつこちらを振り向いてくれる人が増えました。やはり新しいことを始めるときはトップが全力で動くのが一番早いと思います。

枚方店で『時計宝石修理研究所』OPEN

ー 1号店出店までのエピソードと、打ち出しのポイントをお聞かせください。

ー まずは既存のジュエリー販売店の一部を修理業態化してみようということで枚方の店舗を改装しました。既存の売上が低調だったことと、駅改札の近くで朝・夕にはサラリーマンの通行量が多かったことが選んだ理由ですね。

お店の見せ方ですが、[『専門感・職人感』を前面に押し出したコンセプト](#)にしよう、と当初から決めていました。これは修理店をやる上で、

- ・お客様の目線でどんな風に見えるのか？
- ・お客様はどの様な店に大事な思い出のお品を預けるのか？

を常に考えるようにすることが成功のポイントだ、という確信があったからです。ですから見せ方には一番気を遣いましたね。修理工具がしっかりと店外から見えるような外観はもちろんのこと、従業員の服装も職人感のせる白衣に統一しました。屋号も、名前からはっきり分かったほうが良いだろう！ということで『時計宝石修理研究所』に決まり、2016年4月にオープンする運びとなりました。



株式会社ミノル 代表取締役社長 松藤茂氏

ーオープン後の反響はいかがでしたでしょう？

ー 正直想定以上でした。オープニングの販促で既存の物販エリアにもお客さんが増えたので初月こそ物販の伸びが目立っていましたが数カ月もすると修理売上がグイグイ伸びてきて、半年かからないうちに修理だけで300万を突破することができました。

ーオープン後に発見した問題点と、それを改善した方法についてお聞かせ願えますでしょうか。

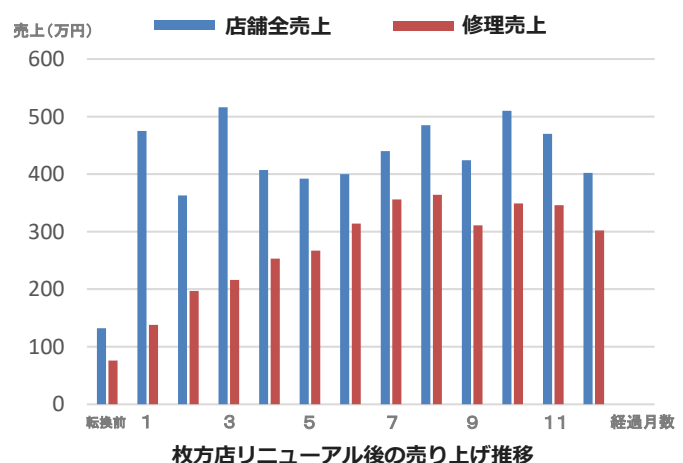
ー 想定していた以上に来店客数が多かったため、**初めはオペレーションが機能していませんでした**ね。OPENして分かったのですが、単純に修理・電池交換の受付にいらっしゃる方以外にも、「修理が必要かどうか分からない」「正規店と比べてどれくらい安いの」など修理に関しての疑問・質問でお越しいただくことも多いです。

先ほど言った通り『お客様が何を求めているかを追求する』ことを重要視していたので、忙しいからと言ってこの辺りの対応が疎かになるのはまずいと思い、ここは早急になんとかしないと、ということで船井総研さんにも一緒に入っていていただきリペア価格の基準化、接客・オペレーションのマニュアル化、スタッフの研修体制の確立を行いました。

中でも**肝になったのはスタッフの教育・育成**ですね。修理専門店、と聞くと職人のスキルに目が行きがちですが、実は一番大事なものは接客です。お客様が何を求めているかによって提供する修理内容も変わりますし、話し方ひとつでクロスセル・アップセルを行うことができます。店舗を任されているスタッフは、基本職人気質なのでその辺りの接客営業が苦手です。そこをマニュアル化と研修で一定ラインまですぐに上げられるか、が継続したリピートのお客様を作っていくためには重要ですね。



ジュエリーショップの一部を改装して立ち上げた枚方の1号店



京橋店の成功。『パターンを掴むことができました。』

ー その後17年4月に2号店となる京橋店を出店されましたね。この店舗から、続く寝屋川店までは完全にリペア専門店として出店されています。

ー 枚方での実績で『これは専門店の方が断然良い』という自信が持てたのですぐに次の出店に取り掛かりました。枚方店ではスタッフに既存の物販のスペースも任せていたので、オペレーション的にも修理に専念しきれていない部分もあり、専門店にすることでまだまだ売り上げを伸ばせる余地もありました。

ー 良いイメージを持たれての専門店出店だったのですね。結果オープン3カ月で売上450万、営業利益100万以上を叩き出されました。成功の秘訣を教えてくださいませんか。

ー 提供サービスを当日お渡しできる簡易な修理や部品交換などと、オーバーホールなどの高単価サービスとで分けし、それぞれ集客とリピートで目的を分けた事が売上が安定して高い要因ですね。あとは10坪程度の狭いスペースでスタッフが2名体制な為、固定費が低いことで最終的な利益が残りやすい体質になっている所でしょうね。

ー 京橋店の修理スタッフの方は修理の実務経験が無かったとお聞きしましたが始めた当初はどのようにされていたのでしょうか。

ー はい。京橋店のスタッフは修理専門学校の卒業生でしたが、実務の経験はほとんどなかったですね。まずは最低限の修理ができるように枚方店で1カ月ほど研修を行いそこからはOJTで接客営業や、オーバーホール等の全体修理を学んでもらいました。お客様への提案の幅で客単価が変わるし、外注率を下げることで粗利が上がる。スタッフの育成のスピードを上げることは今後も引き続き努力していきます。



修理専門店として新規出店した京橋の2号店

	金額	構成比
売上	459	100%
粗利	320	70%
人件費	90	20%
家賃	35	8%
販促費	30	7%
諸経費	17	4%
本部経費	40	9%
営業利益	108	24%

京橋店のP Lと構成比（単位：万円）

ミノル様の成功ストーリーは次ページから ➡

ー 採用から育成まで一貫した流れができていますね。今後はどういう展開をされるのでしょうか？

ー これまで出店してきた店舗でのノウハウから、立地選定や集客の方法などを確立することができました。今後も店舗を出店していき、『時計宝石修理研究所』としてのブランドを確立する予定です。その為にも**クレームを未然に防ぐ為の仕組み作りには力を入れています。**接客ビデオや、これまでのお叱りをいただいた内容をデータ化・共有することで店舗間の接客格差を無くしたりしていますね。

あとは今現在WEBサイトのリニューアルをかけています。オーバーホール等、単価の高い修理ではユーザーは事前に検索していることが多いです。自分たちの大切な時計を預けるのですから当然ですね。良いお客様を掴むためにもWEBから店舗へ、の流れは必須だと考えています。

ー ありがとうございます。最後にリユース業をされている経営者の皆様へメッセージがあればお願いいたします。

ー 私共はもともと接客販売を53年間続けてきておりますが、その中で『思い入れを大切に』『お客様が望まれていることの少し上の満足を提供する』ことを大事にしており、そのノウハウをそのままリペアの領域に持ち込んだことが今、時計宝石修理研究所がお客様から支持されている要因だと考えております。

新しい業態へ一歩踏み出すことは勇気がいりますが、私共の体験が皆様のお役に立てることができれば幸いです。

ー 松藤社長、貴重なお話いただきありがとうございました。

【振り返り】 数字で見た時計宝石修理研究所のポイント

粗利率70%、営業利益率24%の超高収益モデル！

店舗面積10坪・2～3名体制による固定費の低さ

高収益体質による、回収期間1年という短さ

実務経験ゼロのスタッフも研修・OJTで専門化！

3. 時計宝石修理研究所のココがすごい！

ここまでの松藤社長へのインタビューはいかがでしたでしょうか？一般的な店舗型リユースショップとは比較にならないほどの展開スピード、そして利益率に驚かれた方も多いのではないのでしょうか。これまでの出店ノウハウもあるので今後更に事業展開を進められるのではないのでしょうか。

さて、今回株式会社ミノル様がリペア専門店を出店し短期間で売上・利益を残すことができた要因をポイントを整理してご説明します。

ポイント①

修理サービスをフロントエンド・バックエンドでしっかり区切ったこと

➡ 松藤社長も仰っていたように修理サービスは「信頼感・安心感」が重要であり、その重要度はオーバーホール等、高単価なサービスであればあるほど高まります。その為電池交換などの簡易な修理メニューで広く集客し、そこから接客でのクロスセルや、会員カードなどでのリピーター客獲得を行い**高単価サービスを提供する流れを作る**ことが重要です。

ポイント②

通行量が十分な立地で、専門感かつ高級感を訴求したこと

➡ 手軽なサービスで集客する以上、お店自体が実際に目に触れることが非常に重要になります。そういった意味でも、**駅前やモール内で通行量が多く、派手な外観と専門スタッフが修理している様子が外から見える**時計宝石修理研究所は集客効果抜群であると言えます。

ポイント③

採用～教育まで、スタッフの体制を整える仕組みをしっかりと作ったこと

➡ このモデルは営業利益率が非常に高いことが魅力ですが、それは修理職人が受付・営業スタッフを兼ねていることで、人件費を抑えることができていて、ということが要因の一つにあります。この「店舗運営ができる修理職人」を、修理専門学校とのつながりを作る「採用」、オペレーション・接客マニュアルによる「教育」、入店後のOJTによる「育成」の**3本柱で安定して供給できる流れを作った**ことが短期間で売上を上げることができた理由です。

まとめると、この3点がミノル様が圧倒的な成果を生み出したポイントであると言えます。

ここまで「リユース企業向け経営レポート」をお読みいただいた
熱心な経営者の方へ、特別なセミナーのご案内です。

4. リユース企業がリペアへの取り組みを行わなければならない理由

まずはお忙しい中、ここまでレポートをお読みいただきましてありがとうございました。
リユース企業の皆様になぜ今回異業種であるジュエリー販売店であるミノル様のお話をし
たかという、既存の店舗型リユースショップの業態が大きな転換点を迎えている為です。
近年のメルカリnowやCASHといった即現金化できるアプリの登場や、買取・販売の販路を
しっかり持っている大手企業の参入により、これまでの実店舗のメリットは大きく崩れて
いるといっても過言ではないです。遠隔査定や、真贋判断のできるソフトの開発などによ
り今後もこの動きは加速していくでしょう。そんな中で、今後店舗型事業で成長できるパ
ターンの1つが『付加価値・来店動機のあるビジネス』だと私は考えています。従来の買取
専門店と、今回ご紹介した時計修理専門店のP Lモデルを比較したものが以下の表です。

一般的なブランド・貴金属買取専門店			時計修理専門店	
構成比	金額 (万円)		金額 (万円)	構成比
100%	400	売上	450	100%
60%	240	粗利	315	70%
22.5%	90	人件費	90	20%
9%	36	家賃	36	8%
7.5%	30	販促費	45	10%
9%	35	諸経費	35	7.8%
12.3%	49	営業利益	108	24%

ブランド買取専門店（10坪程度のモデル）と時計修理専門店のP L比較

比較すると分かる通り、いかに粗利の段階で高い金額を出せているか、が重要であると言
えます。特に業態転換をいち早くオススメするのは現在10坪程度の店舗を運営している買
取専門店といえるでしょう。

最後に、『時計修理専門店の出店』を実現するために、もっと詳しい内容を聴いてみた
い！と思われたあなたの様な、意欲ある経営者様を対象にしたセミナーをご
用意しました。ゲスト講師として、今回インタビュー記事に登場した株式会社ミノル 松
藤社長をお招きし、リペア業態の魅力やポイントについて存分に語っていただきます！時
計宝石修理研究所で実際に使用されているマニュアルやパンフレットもセミナー会場内に
展示いたしますので是非この機会にご参加くださいませ。

リユース業界における新しい取り組みとして、業績アップを本気で考えておられる経営者
様のご参加を心よりお待ちしております。

株式会社船井総合研究所
レンタル・リユースチーム
藤岡 洋介

リユース企業向け リペア専門店立ち上げセミナー

セミナーテーマ

ReuseからRepairへ！付加価値モデルへの業態転換

**なぜ？今、リユースショップは
修理専門店で目を向けないといけないのか？**

-この答えが1日で丸わかり！今後の時流を先取りできる！-

先着
60席
限定

東京
会場

2018年

3月1日(木) 株式会社 船井総合研究所 東京本社

13:00~17:00

JR東京駅丸の内北口より徒歩1分

リユース企業がリペア業態に目を向けるべき理由

Step
1

- リユース業界近年の動向は？そしてなぜ今リペアなのか？
- これからは付加価値をいかにして作ることができるかの時代！

株式会社船井総合研究所
レンタル・リユースチーム

藤岡 洋介

なぜ時計宝石修理研究所は大成功しているのか？

Step
2

- 小売りからリペアへ、新業態へ踏み出した体験談
- 立ち上げに必要な条件とは！？
- 新たな一歩を踏み出す時に経営者が押さえておくべきポイントとは？

株式会社ミノル
代表取締役社長

ゲスト
講演

松藤 茂氏

ミノル様に学ぶ、リペア専門店の秘訣を徹底解剖！

Step
3

- なぜ専門店である必要があるのか
- リペア専門店の立ち上げ～成功までのプロセスを徹底解説
- リユース企業だからこそできる次世代のリペア専門店とは!?

株式会社船井総合研究所
レンタル・リユースチーム

藤岡 洋介

Step
4

リペア業態に参入するために 明日から取り組むべき事

株式会社船井総合研究所
レンタル・リユースチーム/チーフ経営コンサルタント

千馬 雅史

全て写真や実際のツール、実際の数字を使って講演させていただきます！



**ご興味をお持ちの方は
今すぐお申し込みください**
満員御礼キャンセル待ちになる可能性があります。



リサイクルショップの業績UPネタが集まる！

リサイクルビジネス業績アップ情報サイト

＼是非ご覧ください／

リサイクル 船井

検 索

リサイクルショップの経営情報をメルマガにて配信中！

『リユース企業向けリペア専門店立上げセミナー』 FAXお申し込み用紙

■ お問い合わせ 株式会社 船井総合研究所

TEL:0120- 964-000 (平日9:30~17:30)

●お申込みに関するお問合せ:浅井(アサイ) ●内容に関するお問合せ:藤岡(フジオカ)

お問い合わせ

NO.S027108

会場	東京会場:2018年3月1日(木) 13:00~17:00 (受付開始12:30~) (株)船井総合研究所 東京本社 〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階 JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分											
受講料	一般企業(1名様) 税抜 30,000円/(税込 32,400円) 会員企業(1名様) 税抜 24,000円/(税込 25,920円) ※ご入金の際は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。 ●会員企業様とはFUNAIメンバーズPlus(無料お申し込み権を除く)。各業種別研究会にご入会中の企業様です。●ご参加料金は開催日一週間前までに振込み下さい。●ご参加を取り消される場合は、開催日より3営業日前(土・日・祝を除く)の17時までに お電話にて申込担当者までご連絡下さいませようお願いします。以降のお取り消しの場合は、参加料の50%をキャンセル料として申し受けます。また、当日及び無断欠席は100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。●最少催行人員に満たない場合は、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払はいたしかねますので、予めご了承ください。●諸事情により、やむを得ず会場を変更することがございますので、会場は受講票にてご確認ください。											
お申込方法	下記のFAXお申込用紙に必要事項をご記入の上FAXにてご送信ください。 ※開催日の1週間前までに、ご連絡担当者様宛てに郵便にて受講票と会場の地図をお送りいたします。 万一お手元に届かない場合はお手数ですが、上記申込担当者までご連絡下さい。											
お振込先	下記口座に直接お振込みください。 お振込先 三井住友銀行(0009) 近畿第一支店(974) 普通No. 5785815 (カ)フナインソウゴウケンキユウシヨ セミナーグチ お振込先口座は当セミナー専用の振込口座となっております。お振込み手数料はお客様のご負担とさせていただきます。											
フリガナ				業種	フリガナ			役職				
御社名							代表者名					
住所	〒						フリガナ			役職		
							ご連絡ご担当者					
TEL							E-mail			@		
FAX							HP			http://		
ご参加者お名前	1	フリガナ			役職	年齢	2	フリガナ			役職	年齢
設立月日(西暦)	年		月	資本金	百万円		年商			社員数	人	

セミナー当日、特に聞いてみたい内容や、現在抱えられている課題がございましたら、できるだけ具体的にご記入ください。

弊社会員組織(ご入会の弊社研究会があれば○印をお付けください。

☐ FUNAIメンバーズPlus

☐ 各業種別研究会(研究会)

上記の課題解決に向け、セミナーにご参加される方に限り、無料個別経営相談を行います。

☐ セミナー当日、無料個別相談を希望する。

☐ セミナー後日、無料個別相談を希望する。(希望日: 月 日)

【個人情報に関する取り扱いについて】

1.申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった船井総研グループ各社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。(ご案内は代表者様宛にお送りすることがあります)法令で定める場合のほか、お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。

2.お客様の情報管理につきましては船井総研グループ全体で管理いたします。詳しくはホームページをご確認ください。

3.セミナーのご案内時に、いただきました住所・貴社名・部署・役職・ご担当者氏名を船井総研グループが個人情報管理について事前に調査した上で契約しましたダイレクトメール発送代行

会社に発送データとして預託することがございます。

4.必要となる情報(会社名・氏名・電話番号)をご提供いただけない場合は、お申込のご連絡や受講票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございます。

5.お客様の個人情報に関する開示、訂正、追加、停止又は削除につきましては、船井総研コーポレートリレーションズ・顧客データ管理チーム(TEL06-6232-0199)までご連絡ください。

【個人情報に関するお問い合わせ】

株式会社船井総研ホールディングス 総務部法務課(TEL03-6212-2924)

【事務処理用QRコード】

こちらからはお申込みはできません

検



ダイレクトメールの発送を希望しません ☐

※ご提供いただいた住所宛のダイレクトメールの発送を希望しないときは、☑を入れて当社宛にご連絡ください。