

選ばれた会社さま限定

2019

無料  
進呈

¥0

30万人商圏人口で1店舗振袖売上高1億円未満の会社必見！

# 1店舗 振袖レンタル専門店 1億円

を最短スピードで達成する方法。

## ■ 特別インタビュー



レンタル専門店を  
全国10店舗運営！

株式会社  
カナエキモノハーツ  
代表取締役

藤林 博行 氏

創業した2000年より19年たった今でも  
成長し続けて全国に展開できる振袖経営の  
ノウハウを創業社長に赤裸々インタビュー！

## ■ 今月の特集記事

衣装は仕入れなくてOK！レンタルに  
絞るからできる1店舗300枚で1億円！

3年後名簿0件になっても  
集客に影響しないWEB集客術！

圧倒的競合店にも勝つ！  
商品メニューの作り方！

成人式がなくなっても売上確保！  
写真だけの成人式で単価12万円を  
確保する！

答えは  
コチラ

【振袖レンタル活性化セミナー2019】

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

TEL : 0120-964-000 (受付：平日9:30~17:30)

FAX : 0120-964-111 (24時間対応) 担当：アマノ

【発行人】〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研 大阪本社ビル

お問合せNO:S042135

株式会社船井総合研究所

# 売上1億円を突破する「振袖レンタル専門店」を8店舗運営している (株) カナエキモノハーツの成功の秘訣とは？

ー改めて貴社のことについて教えてくださいー

弊社は平成12年に創業、国内に9店舗の振袖レンタル専門店を構えております。従来の呉服店や貸衣装店とは異なり、振袖のみを扱っています。福岡、宮崎を皮切りに国内で10店舗運営しております。振袖のみの取り扱いですが10店舗中、9店舗が売上1億円を突破しており、会社売上も年商10億円になりました。



株式会社カナエキモノハーツ  
代表取締役 藤林博行氏

ーなるほど、従来の呉服店や貸衣装店などとは異なり、振袖のみに特化した経営をされているんですね。もう少し沿革について詳しくお話をお聞かせくださいー

弊社は平成12年に全国に着物チェーン店を展開していた呉服小売店から、私を含む4人が独立して立ち上げた企業になります。創業時から取り扱い商品は振袖に絞って北は北海道、南は沖縄まで移動型の振袖展示会（外商）を行っていました。当時は振袖＝購入というのがスタンダードでした。1回の展示会で売り上げが1000万円を超えるときもあり、月商も展示会だけで1億円を超える月もありました。

ー元々は無店舗型の移動型展示会で振袖を販売していたんですねでも、どのようなキッカケで店舗を構えてレンタルをするようになったのですか？

当時（創業1、2年目）はまだまだ振袖＝購入するものという意識がお客様の中には強かったので購入振袖のみの取り扱いでも4億円ほど売上を上げていました。しかし実際にお客様と話したり、接客したりしていると年々着実に振袖に関する価値観が“所有”から“体験”に、“買う”ものから“借りる”ものに変化しつつあると感じました。そうなると、レンタルをするには店舗を構える必要性がありました。また、今後会社を拡大する上でのブランドイメージを形成する“ブランディング戦略”も同時に意識していました。“レンタルに業態転換”と“ブランドイメージ”という背景から店舗を構えることに踏み切り、外商全盛期でしたが創業3年目の3月に第一号店を博多に出店しました（現在のキモノハーツ福岡）。

ー外商が好調ながらも時流を読み取って振袖レンタル専門店を出店したんですね！オープン当初はどのような感じだったのでしょうか？ー

博多の店舗は振袖の販売とレンタルを両方扱う店舗として当初はオープンしました。オープンから数年間は販売の比率が高かったり、同時並行で移動型展示会も行ったりしていました。しかし年々、振袖レンタルの割合が上がってきたので今では振袖レンタルの専門店として業態転換を図りました。そして、現在では振袖レンタル専門店として様々なエリアに出店しています。また、レンタルの比率が高くなるにつれて、粗利率も40%から70%と劇的に向上してきました。

# 高利益を実現している

## キモノハーツの振袖レンタル収益構造に迫る

－レンタル比率を徐々に高めていき、確実の売上・利益を残していくためにどのような取り組みをされていきましたか？

振袖の販売とレンタルで大きく異なるのが商品粗利率です、1度目のレンタル振袖は粗利が50%ほどですが2回目の振袖レンタルの粗利率は100%です。この2回目レンタルの振袖の稼働率を上げることが振袖レンタル専門店が成功するポイントです。

－2回転目の振袖の稼働率を上げることがポイントなんですね。高粗利を達成するためには仕入れも工夫しないとイケないと思うのですがここはどのように調整されてましたか？－

当然、トレンドの変化というのも毎年発生しているので新作の仕入れというのも必要になってきます。ただ、当社では仕入れ過多となって振袖の回転率が下がること、利益率が悪化することは懸念材料なので徹底的にコントロールをしています。仕入れ額の目安は売り上げの1/3です。数量としては目標件数と限りなくイコールになるように計画的に仕入れも起こしています。

－そのような過程を経て最終的に各店の経営数値はどのようになったのですか？－

右の表が大阪店・渋谷店・宮崎店・美浜店の4店舗の  
昨年  
の平均数値と宮崎店の昨年実績になります。  
件数や売り上げ自体は大阪店や神戸店のほうが  
カバー人口が多いので必然的に高くなります。しかし、  
利益ベースでみると宮崎店や美浜店は仕入れ費も  
販促費も固定費も神戸・大阪と比較しても半額に  
抑えることができています。これからの成人式マーケットの  
縮小を考えると大きな投資（販管費）を費やすことよりも  
確実に利益を残すことを視野に入れたほうが確実に  
企業の成長につながってくるのではないのでしょうか？

|                      | 4店舗平均    | 宮崎店      |
|----------------------|----------|----------|
| 振袖売上                 | ¥90,202  | ¥76,520  |
| アルバム売上               | ¥24,353  | ¥17,558  |
| その他売上                | ¥22,066  | ¥11,089  |
| 売上合計                 | ¥136,621 | ¥105,168 |
| 振袖粗利額                | ¥66,569  | ¥56,472  |
| アルバム粗利額              | ¥14,612  | ¥10,535  |
| 粗利額合計                | ¥81,181  | ¥67,007  |
| 仕入れ                  | ¥34,096  | ¥23,942  |
| 変動費(販促費)             | ¥35,778  | ¥22,821  |
| 固定費(人件費<br>家賃・光熱費・他) | ¥29,199  | ¥22,777  |
| 合計                   | ¥99,073  | ¥69,540  |
| 営業利益額                | ¥37,547  | ¥35,627  |
| 営業利益率                | 28%      | 34%      |

単位（千円）

－宮崎店の利益率の高さに目がいきますね。この数字を見ていると地方都市に出店しても単店1億円が狙えるという感触があるのですがいかがでしょうか？－

はい、大都市圏ではないと成立しないというモデルではなく、地方都市でも成功することは十分に可能です。当社の場合は大都市で成功したモデルを地方へ展開するのではなく地方で成功したモデルを大都市に展開しています。ローカル商圈でも2回転目の振袖レンタルの稼働率が当然重要です。その稼働率をあげるためかつ、競合との差別化を図る上で弊社で重要視したのは“着物”としての振袖ではなく“オシャレ”“かわいい”を基軸とした、“ファッション化”“アパレル化”という点です。

# 振袖は“着物”ではなく“アパレル” 競合とどのように差別化を図ってきたのか

—“振袖のファッション化”についてももう少し詳しく教えていただけませんか？—

振袖をアパレルとしてとらえているので当然、ファッション性を追求していきコーディネート提案は他社と比較しても徹底的に磨き込んでいきました。また、コーディネート提案を磨き込むことは2回転目の振袖レンタルにも大きくつながってきます。これが当社の競合との差別化戦略です。

販促手法も“振袖のファッション化”というブランディングを進めていくにあたってカタログや共同パンフをこれまでの方法とは一新しました。

—差別化要素かつ2回転目以降の振袖の回転率を踏まえた上でのコーディネート提案なんですね。でもお客様からすると新作の衣装が気になってしまうのではないですか？—

古い衣装でもコーディネート力次第では見え方が全然違うので新しい提案ができます。

当社ではアパレルのジャンルと同様に振袖に関してコーデレーベルというものを作り、幅広いコーディネートの種類を提案しています。コーデレーベルとは、カテゴリー別のコーデブランドです。トータルコーディネートを経営店との差別要素として挙げているので特に力を入れています。「キモノハーツならオシャレになれる」というお客様の期待と要望にお応えするために毎年小物等の仕入れも行います。それぞれのコーデレーベルや客層のテイストに応じてカタログも作り替えています。ですから古い衣装だからといって値下げするのではなくニーズを見ながら値付けを行います。



実際に使用しているコーデレーベルのグラフ

—でもコーディネートの提案って豊富な経験や高いセンスが求められませんか？—

客層別にコーデレーベルを作る際に細かくそれぞれのテイストの客層別ペルソナを作成しています。そうすることで、お客様の好みや雰囲気、ファッションセンスに応じて一番似合うコーディネート提案できるようにしています。

このような徹底的に合理化を図った育成制度があるので3カ月で一人前になります。そのため入社してから早い段階で即戦力化を図ることができます。センスは確かに必要ですが逆に業界に染まっていないからこそファッション誌からヒントを得たりこれまでの常識を破ることで他社からの差別化に成功しているのではないのでしょうか。

# 粗利率100%の2回転目の振袖稼働率を上げるための販促戦略

－コーディネート提案以外にも2回転目の振袖レンタル品の稼働率を上げるためにどのような商品・販売戦略を取られていますか？－

一般的な呉服店さんはメーカーから振袖を仕入れてカタログを購入してそのカタログをお嬢様に大量に送るカタログ戦略を取られているかと思います。もちろん弊社でも同じカタログ戦略は取っています。しかし他社と異なるのが、カタログも共同パンフレットもメーカーや問屋に追加費用を払って表紙だけ変えてもらいました。また、タレントの名前は出すのに店舗名は出さないのは疑問に思い、店舗名に変えてもらったりとしました。

－なぜ、カタログの表紙を変えたり店舗の名前を打ち出していったりしたのですか？－

振袖というのは一般呉服とは違い、全てのお客様が新規のお客様にあたります。新規のお客様なのでやはり知名度がないと来店に結び付きません。

キモノハーツで購入したことを知って欲しいので

そのような方法を取りました。現在自社で制作している

商品やノベルティには全てキモノハーツの名前が入っています。実際に使用しているカタログこれも差別化のポイントですね！



－粗利率の高い振袖を回転させるためのカタログを活用しているんですね！カタログやDMを作る際にはどのような工夫をされているんですか？－

粗利率100%の2回転目以降の商品をカタログ等の販促物に積極的に露出させコントロールしています。そうすることでその振袖を見たお客様が来店されるので確実に粗利率の高い商品がレンタルされます。他社では仕入れ時期が古い衣装は安くする、新作は高くするといったお店都合での値付けですが当社はさきほども言ったように人気商品は2回目以降のレンタルでも値下げせずに提供したりしています。他にもローカル商圏の場合ですと、テレビCMとかも比較的安価で出すことができますし、美浜店はラッピングバスを走らせるという取り組みを行うことで知名度も確実に上げていきました。

結果的に現在出店しているエリアに出店して、他店とは異なるオリジナル商品やカタログ戦略などが功を奏し近隣エリアにとどまらず、隣県からも多数のお客様に来店していただいております。やはり振袖自体は細かく言えば違いがあってもお客様からするとどこも同じお店に見えてしまいますので同質化を防ぐ意味でも目立って名前を憶えてもらうように意識しています。

# 振袖レンタル専門店です店売上1億円突破するために 重要な指標

－出店する際に各店で目標とするシェア率というのはどのように設定していますか？－

弊社で重要視しているのはエリア別のシェア率ではなく**市場認知度（カタログ請求数）と実際の来店数**です。例えばキモノハーツ福岡であればリストが昨年で5000件あり、実来場数は500件なので来場率は目標としている11%にもう少しです。

－出店する際の売上計画として何年で投資回収することを目標としていますか？－

1年で回収することを目標に物件選定から販売戦略まで全て構築します。初期投資は商品抜きでも2000～3000万円かかっています。レンタルはすぐに高利益に転換しないのではじめは辛抱強くやることが求められます。

－なるほど！売上計画達成のために重要視していることについて教えてください－

もちろん、多くの方にレンタルしていただかないと商品が回転せず利益が出ないです。先述のようなコーディネート力や爆発的な集客力を出すためにファッションショーをしたり有名なモデルを起用したりという“かわいい”の付加価値を上げる企業努力をし続けてきました。もちろん、仕入れや経費も交渉して下げないとなかなか高利益に転換しないのでそこまで踏み込んで数値計画は組んでいます。

－振袖事業のみで単店売上1億円を突破するために重要視している指標について教えてください－

弊社で重要視しているのは先述の2回転目振袖の稼働率です。ほかには資料請求数・実来場数と成約数で当然、成約数を最も重要視しています。成約数を上げるためには資料請求数の最大化が必須条件になり、その数字を伸ばすには「市場認知度」が一番重要になります。

－市場認知度を引き上げるためにどのような取り組みをされていますか？－

その市場認知度を引き上げるために影響力のあるエリアへの出店・独自のカタログ戦略・WEB戦略を行います。他にもキモノハーツの名前が入っている浴衣をプレゼントしたり、紹介キャンペーンでキモノハーツの名前入りのものを配ったりしています。

それらの結晶がまさしく「ブランディング戦略」であり全ての販促戦略は「ブランディング」につながっています。

－貴社は時流を読み取って振袖販売ではなくレンタル専門店にシフトし、高粗利な2回転目の振袖レンタルの稼働率を上げるために他社とは大きく異なる“差別化戦略”を取られたんですね。

# キモノハーツが考える これからの成人式マーケットと 取り組みについて

－昨年より成人式に参加しない人向けにも衣装レンタルサービス＋前撮り撮影を開始されていますがどういった意図でしょうか？－

キッカケは自分の娘が留学中で成人式に参加せず前撮り撮影だけをするという身近なできごとからでした。親の気持ちになってみて改めてこういうサービスがあればうれしい！と感じさっそく写真だけの成人式サービスをスタートしました。

－ニーズを実際に感じたということですね！サービスをスタートして成果はいかがでしょうか？－

まだ始めて1年も立ってませんからはっきりとは言えませんが以前この写真だけの成人式の前身といえる写真パックというサービスと比較するとだいたい200%以上の件数UPに成功しています。販促費自体もそこまで大きく投入することなく既存の宣伝活動に加えているだけなのでそれなりに利益率も高く店舗で若干の差はありますが客単価も10万円を超えてきていますのでまずまずといったところです。

－わかりました！ちなみにメインのレンタルサービス以外に他意識していることはありますか？－

当社のビジネスモデル上、基本的には各地域に新規出店をしていることもあり地縁というのがスタート時はありません。ですので市場への認知度はもちろんですがニーズに合った商品やサービスをスタートしています。特に最近では時流の変化も大きく2018年1月にあった業界内でのできごとにより巻き込まれることなく常に新しい提案を顧客にできるように意識しております。

－これから成人式マーケットは参加率や対象者数の減少により縮小傾向が考えられますが  
どういった取り組みをされていますか？－

やはり当社は振袖売上が全社の80%を超えるので成人式マーケットの縮小はかなりシビアにみています。特に衣装レンタルのニーズが減少していくのは怖いので。だからこそ市場全体を包みこむために自社の強みである①コーデに加えて②スタジオ部門の強化③写真だけの成人式やママ振コーデといった市場全体のニーズを包みこめるような取り組みをスタートしています。これからは売上だけではなく利益率とマーケットシェアが重要です。

－なるほど、今まで出会ってきた業界内の経営者さまとは違う目線もたくさんあり大変勉強になりました。ある意味業界の常識や慣習にとらわれることなくニーズやお客様目線、差別化など単純におしゃれ・かわいいという要素ではなくマーケティングの目線でしっかりとお取り組みされていたのですね！長時間にわたりインタビューありがとうございました！

## キモノハーツさまから学ぶ 商圈人口30万人商圈エリアに出店する会社がこれから 年商1億円を最速で達成するには？

こんにちは、株式会社船井総合研究所でビューティグループのグループマネージャーをしている日坂です。

今回のインタビューレポートはいかがでしたでしょうか？

みなさまの会社にお役立ちできる内容はありましたでしょうか？

いまからはインタビュー内容にもでてきた内容を踏まえて特別にもう少しだけポイントを解説させていただきます。

### ポイント ① 集客数を最大化するカギはWEBだけでない！！

WEB集客をしましょ！という言葉はみなさまにとってもうすでに耳にタコができるくらい聞いているかもしれませんが、それくらい取り組み自体は当たり前になってしまいました。そのなかで成果を最大化するには単純に運用すればいいという話ではなくなってきたのです。

右の図にも 記載しておりますが集客において今必要なことは ①市場調査の必要性です。もっと具体的にいうと 競合店のサービス内容や販促の手法、エリアの顧客の分析をおこない

②年間の計画づくりを行います。その後③リアル（紙媒体）とWEB販促の双方向からの

アプローチを行っていきますがここができていない会社はかなり散見します。そもそも購入名簿は出生名簿がルーツだともいえます。ですがこの現在の名簿自体全国的にあと3年といわれております。ですからここに頼り切った集客はかなり危険です。しかも今の時代の親子はDMだけを見に来るという行為ではなくDMで知りWEBや口コミをみて来店を決める傾向が強くなり複合的な取り組みが必須になります。よって【重要】と掲げたサイトの見直しは対象年度が替わるたびに細かく見直しなければ毎年新規客をターゲットにしている以上すでに2年以上経過したホームページは親子からは古いホームページという印象を抱き来店候補の対象にすらならないのです。またSNS等の運用もすでに親子にとっては当たり前！！今はこういったポイントで他社と差別化するかがポイントになります。お客様からみればみなさんのお店もライバル店もほとんど変わらず他店と同質化した印象となります。

#### 振袖集客成功のポイント

① 市場調査の重要性

② 年間の集客計画を作成する

③ リアルとWEB 双方向からのアプローチ

【重要】受け皿である自社サイトを見直そう



## ポイント ② 差別化は価格帯と衣装のテイストでおこなう！

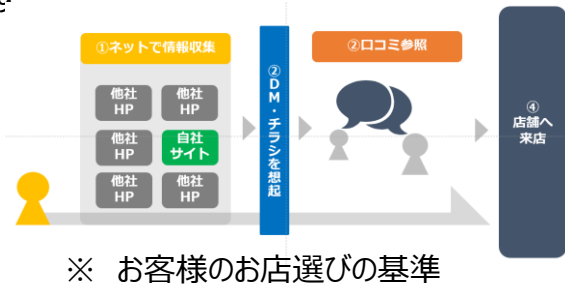
ポイント②は他店との差別化の仕方としては大きく分けると2種類で i 価格帯の設定と ii 衣装のテイストになります。i に関しては決して安い金額が人気が出る！という時代ではなくなってきました。激安ならば今はインターネットから高品質の振袖が29,800円でレンタルできる時代になっています。なので重要なことはエリア状況を踏まえたうえで各顧客の予算感にあったセットプライスを提案することです。そして左図のように

全て込みの安心フルセットプライス!!! = ¥298,000 (税抜) / ¥248,000 (税抜) / ¥198,000 (税抜)  
※振袖の種類によって価格が異なります。 その他、多数の小物やオプションなどご用意しております。

地域とお店のブランドにあったような価

設定をおこないその後3プライスなど明瞭な価格設定で他店よりも安心できるお店として商品サービスを伝えることがポイントになります。

またポイント ii としては商品のテイストを分けることが重要になります。そもそもお客様はなぜ？どこのお店も一緒として考えるのでしょうか？もちろん販促手法が似ていることも影響しますが1番は慣れ親しみのない振袖衣装に対しての選び方や種類に判別がつかないことが原因なのです。ですのでお客様の理想のデザインと合致するかどうかを事前に判断してもらうために下記の図のように最低4ジャンルに分けるのが必要となります。そしてもちろんこれらがお客様に来店前に伝わるようにWEBページやDMなどを作成することが重要になります



※ お客様のお店選びの基準



※ コーデのテイスト分け方：例

## ポイント ③ 商品の仕入れ方を稼働率を考慮しておこなう

衣装の仕入れ基準はいかがでしょうか？今までの仕入れのなかでつついお付き合いでメーカーや問屋から仕入れをおこなったりなんとなく新作が欲しいという理由で無駄に仕入れをおこなっていませんか？みなさまの衣装数の必要数の計算方法をご存知でしょうか？衣装の必要数は成約件数：〇〇件 ÷ 目標稼働率△△% = 必要数：■ ■ 枚となります。この数に対して実際に保有している枚数や衣装としては存在するが古過ぎてお客様に提案できないといったことが存在するので確実に保有している商品単体で通算レンタルが何回されているのか、稼働率は何%なのか？を把握される必要があるかと思えます。右図は実際に衣装を仕入れてから何回レンタルが発生しているのか小物等セットを仕入れ金額からどれくらい投資を回収できているのか？また衣装の柄や価格帯でどれくらいの回転が発生しているかなどを確認しております。

| 仕入れ    | 品番      | R-801     | R-802     | R-803     | R-804     | R-805     | R-806     | R-807     | R-808     | R-809     | R-810     | R-811     |
|--------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|        | 総額      | 87,000    | 165,000   | 92,000    | 135,000   | 87,000    | 168,000   | 80,000    | 168,000   | 160,000   | 180,000   | 82,000    |
| ■      | 29,000  | 29,000    | 29,000    | 29,000    | 29,000    | 29,000    | 29,000    | 29,000    | 48,000    | 29,000    | 29,000    |           |
| 小物     | 33,700  | 37,100    | 33,900    | 26,900    | 22,800    | 24,200    | 25,800    | 35,400    | 26,800    | 29,300    | 34,600    |           |
| 総額合計   | 118,000 | 192,000   | 125,900   | 161,900   | 109,800   | 192,200   | 115,800   | 203,400   | 186,800   | 219,300   | 116,600   |           |
| 仕入合計   | 168,200 | 249,600   | 173,400   | 209,400   | 157,300   | 239,750   | 153,300   | 250,900   | 253,300   | 256,800   | 162,100   |           |
| 計31    | 0       | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         |           |
| 計32    | 0       | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         |           |
| 計33    | 0       | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         |           |
| 計34    | 0       | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0         |           |
| 総金     | 390,000 | 450,000   | 390,000   | 380,000   | 390,000   | 490,000   | 350,000   | 490,000   | 450,000   | 490,000   | 350,000   |           |
| レンタル回数 | 2       | 0         | 1         | 0         | 0         | 1         | 1         | 0         | 0         | 0         | 1         |           |
| 売上額    | 780,000 | 0         | 390,000   | 0         | 0         | 490,000   | 350,000   | 0         | 0         | 0         | 350,000   |           |
| 仕入れ代金  | 48,000  |           | 48,000    |           |           | 48,000    | 48,000    |           |           |           | 48,000    |           |
| 原価     | お仕入れ代金  | 72,000    | 72,000    | 72,000    | 72,000    | 72,000    | 72,000    | 72,000    | 72,000    | 72,000    | 72,000    | 72,000    |
|        |         | 144,000   | 0         | 72,000    | 0         | 0         | 72,000    | 72,000    | 0         | 0         | 0         | 72,000    |
|        | 総額      | 419,800   | -249,600  | 96,600    | -209,400  | -187,300  | 130,250   | 76,700    | -250,900  | -253,300  | -256,800  | 67,900    |
| 稼働率    | 総金      | 390,000   | 450,000   | 390,000   | 380,000   | 390,000   | 490,000   | 350,000   | 490,000   | 450,000   | 490,000   | 350,000   |
|        | 総売上     | 780,000   | 0         | 390,000   | 0         | 0         | 490,000   | 350,000   | 0         | 0         | 350,000   |           |
|        | 総金      | 1,170,000 | 1,350,000 | 1,170,000 | 1,140,000 | 1,170,000 | 1,470,000 | 1,050,000 | 1,470,000 | 1,350,000 | 1,470,000 | 1,050,000 |
|        | 総売上     | 780,000   | 0         | 390,000   | 0         | 0         | 490,000   | 350,000   | 0         | 0         | 350,000   |           |
|        | 稼働率     | 67%       | 0%        | 33%       | 0%        | 0%        | 33%       | 33%       | 0%        | 0%        | 0%        | 33%       |

# キモノハーツさまから学ぶ 商圈人口30万人商圈エリアに出店する会社がこれから 年商1億円を最速で達成するには？

## ポイント ④

前撮りでは10万円以上の単価を狙う！  
フォトを強化して利益を創出する！

今まで以上に販促費や人件費の高騰になり衣装で利益を残すのは難しくなってきます。

そこで重要になるのは写真部門でどう売上や利益を算出するのかを考えていかなければなりません。

そこで重要なことは写真部門の強化が必須になってきますがスタジオを強化するうえでみなさまから頂く悩みが以下の通りです。

□ スタジオの内装費に投資するお金が確保できない。 □ 写真のトレンドがわからない

□ カメラマンを社内で採用できない。(定着しない) 等……

と挙げればキリがないようですが今の写真部門のトレンドでは

- i カメラマンを雇用しない→継続的な委託契約により外注費を固定化
- ii スタジオを創らない(または投資をかけない) →ロケ撮影メニューを充実化する
- iii アルバムはデザイン性の高いカジュアル商品を用意する

が挙げられます。ですので実際にはフォト強化を図る会社さまは比較的参入障壁をもつことなく気軽にできるようになります。

なので今こそフォト部門の見直し×成人式に参加しない方をターゲットに＝写真だけの成人式メニューを強化し客単価10万円粗利80%をキープしながら事業を進めていく必要があります。



## ポイント ⑤

マニュアルを作成し脱属人的接客で  
成約率90% アルバム単価10万円越え！！

また接客手法に関してもこれまでは販売がメインのため営業スキルや商品知識が高いレベルで求められましたがこれからは違ってきます。

レンタルが主流となってきている今、属人的なスキルはかえって

お客様からも営業色が強くなりすぎて嫌われるようです。

しっかりとしたオペレーションを組むことで生産性が上がるだけでなく

キャンセルの防止につながったり客単価に大きなバラツキがなくなることで

安定的な経営を行うことができるのです。



さて、ここまで振袖レンタル専門店が成功するために必要なポイントを5つお伝えさせていただきました。これらのポイントを押さえながら振袖レンタル専門店をつくっていけば、自然と成功に近づいていきます。

そして、振袖レンタルだけにとどまらずそこから繰り返しになりますがプラスアルファで粗利率80%もある写真という要素もさらに絡ませることで、より高利益なビジネスを展開することができます。

振袖レンタル専門店に業態転換していきたい、振袖レンタルをしているのになかなか大きな利益がでないとお悩みの方は是非、このレポートを参考にしてください。我々のお付き合い先でも振袖レンタル専門店に業態転換を図り、高利益化を実現している会社様も多くございます。

以上のポイントが高利益な振袖レンタル専門店を築く上での必要不可欠な要素になります。すでに貴社でも取り組まれている振袖レンタルビジネスが競合と差別化ができていて時流に適応できているのかという点をチェックできるリストを作りましたので一度確認してみてください。

### 振袖レンタル時流適応具合 チェックpoint

- なかなか、2回転目の振袖レンタル品の稼働率が低い
- 全体的な商品の粗利率は70%を下回っている
- 振袖レンタル専門店に業態転換して単店1億円、営業利益率30%を達成したい
- コーディネート提案の仕組み化やルール化が不十分である
- 振袖スタイリストとして即戦力化できる育成カリキュラムが整っていない
- 使用している販促物はメーカーのカタログをそのまま使っている
- 売りたい振袖の写真を販促物にしていない
- 売上もしくは利益が年々下がってきている
- 一般呉服の売上が年々下がり、スタッフや顧客の高齢化が進んでいる
- 若いスタッフを雇用して即、活躍できるようなビジネスモデルにしたい
- 催事型の収益モデルから安定的な収益モデルにシフトチェンジしたい
- 自社が時流に取り残されていると思う

もし、1つでも当てはまる項目がある方は、  
これからビジネスモデルをしっかりと立ち上げることで  
今まで以上に業績を上げることの出来るチャンスがあります！

▶▶▶ 次のページにどうぞお進みください。

本レポートをお読みいただいた

熱心な経営者様へ**セミナー**のお知らせです。

2018年  
満員御礼  
でした！！

東京会場

2019年5月15日（水）

## 1店舗年商1億円を達成したい経営者向けセミナー

今回のセミナーは、振袖レンタル専門店単店売上1億円突破をテーマに

**株式会社カナエキモノハーツの藤林社長**がご登壇！

創業時からの苦労話 & 革命的な戦略の秘訣を赤裸々に語っていただきます！

お忙しい中、お読みいただきありがとうございました。

こちらの内容はいかがでしたか？多くの業界内で経営される経営者様では売上の壁を感じているのではないのでしょうか？船井総合研究所でも数多くの企業へ日々ご訪問させていただくなかで売上の壁を感じている会社に出会います。今回のレポートではそんな経営者のみなさまへ少しでもお役立ちいただきたいという思いからレポートを作成させていただきました。

そして今回は本紙レポートに登場されました藤野社長に2年連続のオファーとなりますがセミナーへのご登壇を依頼させていただきました。じつはちょうど1年前にも弊社のセミナーへご登壇いただきましたがその際も会場の定員が50名に対して70名を超える方からのお申込みを頂戴し開催させていただきました。

それから1年、この業界も今までにない変化があり藤林社長自身もいろいろな新しい取り組みをされまた我々も前回の反省を踏まえてよりみなさまへ新しくお役立ちいただける内容をセミナーでお伝えさせていただきます。

前回のセミナーよりテキストもすべて見直し書き下ろしのテキストでみなさまをお迎えさせていただきます。

私たち船井総研では、現在、全国で100社以上の呉服店・貸衣装店・写真館様のコンサルティング支援をさせていただいております。昔は、カタログ戦略やショールーム出店戦略、訪問営業や勧誘電話などで業績を伸ばしてきた会社が軒並み現状は業績、集客に苦労されております。

しかし、インタビューにもあったように、株式会社カナエキモノハーツ様は違います。  
振袖レンタル専門店に業態転換を図り、振袖のみを取り扱い単店売上 1 億円突破店舗を8店舗運営するまでにいったサクセスストーリーについてご講演していただきます。

今回のセミナーでは、実際に株式会社カナエキモノハーツ様が行った差別化戦略や、実際に使用した販促物やツール類を公開いただけます。そしてどのような流れで成長を遂げ、どのようにして集客を行い粗利率の高い振袖を稼働させているかなど普段、知ることの出来ない情報を藤林社長に直接語っていただきます。

藤林社長には本当に赤裸々に語って頂くため、不特定多数の方にお見せできない内容もあります。もし商圏のバッティングなどが見られるなどの理由がある場合は、セミナーにお申し込み頂いてもお断りさせていただく場合がございますのでご了承ください。それぐらい本気で成功事例を語らせていただきます。

また前回のセミナーではお受けしておりました経営者さま以外のご参加も今回はお断りさせていただく可能性がございます。経営者さま自身がお参加できない場合、せめて役員以上の方のご参加をお願いいたします。

今回はDVD等の販売、テキストのみの販売等はありません。  
藤林社長にも大変ご多忙な中、日程の調整をいただきましたので5月15日（水）東京会場のみで開催になります。

お部屋は**先着 30席**のご用意となっております。

是非、お早目にお申し込みください。

※既に先行予約により席が埋まり始めております。

業績が上がりづらくなってきた現代ではありますが、地域密着で、地域になくてはならない呉服屋として活躍することを目指す会社様を私達は全力で応援したいと思っております。そして、業界を発展させたい、と本気で思っています。会場でお会いできることを楽しみにしております。長時間お読み頂き誠にありがとうございました。

株式会社船井総合研究所  
ライフスタイル支援部 グループマネージャー

日坂 大起

# 振袖売上単店年商1億円を最速スピードで達成するセミナー開催！

～新規出店でなくとも大丈夫！既存店舗の一部をリニューアルでも可能！～



30万人商圏振袖ビジネスで単店年商1億円を達成する方法が理解できる1日

東京会場

2019年

5月15日 水

アットビジネスセンター  
東京駅

step 1

経営者が知るべき4つのこと  
キモノハーツがなぜすごいのか？

- 激変する振袖業界の時流と3年先の将来とは
- キモノハーツのここがすごい！いまずぐ真似すべき4つの取り組みを大公開！
- 本気で業績を上げたい会社が投資すべきは衣装ではなくマニュアル作成と販促媒体の見せ方にあった！

株式会社船井総合研究所

ライフスタイル支援部 グループマネージャー

チーフ経営コンサルタント

日坂 大起

step 2

株式会社カナエキモノハーツが  
振袖レンタル専門店に業態転換  
して単店売上1億円突破した理由

- なぜ振袖だけで年商10億円、利益1億円を達成することができたのか
- 振袖レンタルで成約率を高めるコーデ術とは？？
- 成人式の参加率が縮小しても通用するキモノハーツの写真だけ成人式サービスとは？？

ゲスト  
講演

株式会社カナエキモノハーツ

代表取締役 藤林 博行氏

step 3

振袖レンタル専門店に業態転換  
して確実に成果を出すための  
具体的手法とは

- 振袖レンタル専門店の作り方 5つのポイント
- 粗利率100%の2回転目振袖の稼働率を上げる手法
- 市場認知度を高め、着実に集客数を伸ばす販促手法

株式会社船井総合研究所

ライフスタイル支援部 グループマネージャー

チーフ経営コンサルタント

日坂 大起

step  
4

貴社が明日から取り組むべき、  
単店売上1億円の振袖レンタル専門店の作り方

株式会社船井総合研究所 ライフスタイル支援部  
グループマネージャー チーフ経営コンサルタント

日坂 大起

<<必見!!>> 当日お話しする内容を一部だけご紹介させていただきます。セミナー参加を検討の方はぜひご確認ください！！

- 名簿集客の終焉。DMだけで生き残れない集客術
- やるだけでは終わらないWEB集客術とは？
- 振袖レンタルで高回転するために必要な値付けのルール

- 写真はおまけでない！写真販売で売上を底上げする！
- カメラマンは雇用しない！投資もしない！！
- 営業利益を改善するために必要なこととは？？



満員御礼キャンセル待ちになる可能性があります。

ご興味をお持ちの方は  
今すぐお申し込みください

# 本紙登場株式会社カナエキモノハーツプロフィール



株式会社 カナエキモノハーツ

着物・和装小物のレンタル（一部販売）インターネット販売。写真事業  
振袖コンサルティング（卸・ブランディング・企画）  
ファッションショー、各種イベント

## SHOP INFO

### ■ 商圏エリア

東京都、大阪府、兵庫県神戸市、  
福岡県福岡市、福岡県小倉市、宮崎県宮崎市、  
沖縄県那覇市、北谷町、京都府京都市

■ 売上高 10.5億円（2018年）

■ 従業員 70名



## History

平成12年に福岡県にて創業。創業時は全国で無店舗型展示会販売（外商）を行い全国で振袖を販売。振袖のトレンドが購入からレンタルに移ること、将来的な企業ブランディング戦略まで踏まえて店舗があったほうがよいと判断して創業3年目で福岡市に一号店を出店。その後都市圏のみならず2号店の宮崎店をオープンし現在は振袖レンタル専門店を10店舗運営。

従来の呉服店・貸衣装店とは大きく異なり振袖のみを扱っているビジネスモデルに特化し、“かわいい”“おしゃれ”をキーワードとした差別化戦略を行い現在では10店舗中9店舗が売上1億円を突破、年商10.5億円、営業利益率40%を誇る、業界内で注目を集める企業の1つである。

## SHOP INFO

|     |     |
|-----|-----|
| 神戸店 | 那覇店 |
| 福岡店 | 美浜店 |
| 小倉店 | 宮崎店 |
| 京都店 | 大阪店 |
| 渋谷店 | 池袋店 |



## お問い合わせ先



発行元：株式会社船井総合研究所

〒541-0041

大阪府大阪市中央区北浜4-4-10

船井総合研究所 大阪本社

retail-business@funaisoken.co.jp

# 振袖レンタル活性化セミナー2019

## ▶ セミナー講座内容 13:00~16:30 (受付開始12:30~)

### 第一講座

経営者がするべき4つのこと  
なぜキモノハーツがなぜすごいのか？

担当講師:株式会社 船井総合研究所  
ライフスタイル支援部 グループマネージャー  
チーフ経営コンサルタント 日坂 大起

### ゲスト講師講座【第二講座】

「株式会社カナエキモノハーツが振袖レンタル専門店で  
業態転換して単店売上1億突破した理由」

モデル企業:株式会社カナエキモノハーツ  
代表取締役 藤林 博行氏

### 第三講座

「振袖レンタル専門店で業態転換して確実に成果を出す  
ための具体的手法とは」

担当講師:株式会社 船井総合研究所  
ライフスタイル支援部 グループマネージャー  
チーフ経営コンサルタント 日坂 大起

### 第四講座

「貴社が明日から取り組むべき  
単店売上1億円の振袖レンタル専門店の作り方」

担当講師:株式会社 船井総合研究所  
ライフスタイル支援部 グループマネージャー  
チーフ経営コンサルタント 日坂 大起

## ▶ 2019年 セミナー開催概要

# 東京会場(アットビジネスセンター東京駅)

(JR東京駅 八重洲口より徒歩6分)

## 2019年5月15日(水) 13:00~16:30(受付開始12:30~)

会場名:アットビジネスセンター東京駅

〒104-0031 東京都中央区京橋1-11-2 八重洲MIDビル 2・3・4階

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。

また最少催行人数に満たない場合、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いはいたしかねますので、ご了承ください。

## ご参加料金 1名様あたり(税込)

一般:税抜40,000円(税込43,200円) 会員:税抜32,000円(税込34,560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。

- 受講料のお振込みは、お申込み後速やかにお願いいたします。
- ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。
- 万一、開催4営業日前までに受講票の案内が届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記へご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただく場合がございます。
- ご参加を取り消される場合は、開催日より3営業日(土・日・祝除く)前の17時迄にお電話にて下記申し込み担当までご連絡くださいますようお願いいたします。
- それ以後のお取消の場合は、受講料の50%、当日および無断欠席の場合は、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。
- 会員企業様とはFUNAIメンバーズPlus、各業種別研究会にご入会中の企業様です。
- ご入金確認後、受講票の案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

## ▶ お振込先

三井住友銀行(0009)近畿第一支店(974) 普通 NO. 5785743

口座名義: カフナイソウゴウケンキウシヨ セミナーグチ

お振込口座は、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。

## ▶ お申し込み方法

(大型休暇のため、4月26日17:30~5月7日9:30まで電話が繋がらなくなっております。ご迷惑をお掛けいたします。  
5月7日9:30以降にご連絡いただけますようお願いいたします。なお、FAXは24時間受け付けております。)

【WEBからのお申込み】裏面QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。受講票はWEB上でご確認ください。

【FAXからのお申込み】入金確認後、受講票と地図を郵送いたします。万一1週間前までにお手元に届かない場合は、下記担当者までご連絡ください。

お問合せ  
お申し込み



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

TEL

0120-964-000 (平日9:30~17:30)

FAX

0120-964-111 (24時間対応)

●内容に関するお問合せ: イソズミ

●お申し込みに関するお問合せ: アマノ



お申し込みは超カンタン！今すぐ下記を記入してファックス送信するだけ！

FAXお申し込み用紙 FAX:0120-964-111

(24時間対応)  
担当/アマノ

# 振袖レンタル活性化セミナー2019

お問い合わせNO:S042135

お問い合わせ TEL:0120-964-000  
(平日9:30~17:30)

東京会場 2019年5月15日(水)

場所:アットビジネスセンター東京駅 ※本セミナーは経営者様/経営幹部様のみ参加が可能なセミナーです。

◆ご記入方法:太枠内は必ずご記入ください。ご参加者様の経営状況を理解させて頂いた上で、講義内容を吟味することがありますので、店舗数・年商・従業員数についてもご記入いただければ幸いです。

|         |      |    |      |    |             |    |
|---------|------|----|------|----|-------------|----|
| フリガナ    |      | 業種 | フリガナ |    | 役職          | 年齢 |
| 会社名     |      |    | 代表者名 |    |             |    |
| 会社住所    | 〒    |    |      |    |             |    |
| フリガナ    |      |    | 役職   |    | メールアドレス(必須) | @  |
| ご連絡ご担当者 |      |    |      |    |             |    |
| TEL     |      |    | FAX  |    |             |    |
| ご参加者お名前 | フリガナ | 役職 | フリガナ | 役職 |             |    |
|         | フリガナ | 役職 | フリガナ | 役職 |             |    |

|     |    |      |                |         |
|-----|----|------|----------------|---------|
| 店舗数 | 年商 | 従業員数 | その他の事業をやっている場合 |         |
| 店舗  | 万円 | 名    | 1. ( )業        | 2. ( )業 |

今回のセミナーにご参加される方に限り、セミナー後日無料個別経営相談会を行います。ご希望の場合は、**右記にチェックをつけてください**

**無料個別経営相談を希望する。(1企業様45分程度)**

## セミナー終了後、開催される無料個別経営相談会について

過去、多くの企業様が以下のような目的で当サービスをご活用くださっています。 ※中には毎回ご利用される方もおられる人気サービスです

①セミナーで聞いた内容を実行するため ②自社の現状の認識や他社の現状把握のため ③自社の特有の悩みを相談し、今後の経営に活かすため  
その他ご希望に応じて個別に対応いたしますので、お気軽にお申し込み下さい

弊社会員組織(ご入会中の弊社研究会があれば○印をお付け下さい)

●FUNAIメンバーズPlus ●その他各種研究会( )

### 【個人情報に関する取り扱いについて】

- 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)法令等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。
- 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。
- 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の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。

- 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。
  - 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(TEL06-6204-4666)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)



お申し込みはこちらから



**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されないときは、を入れて当社宛にご連絡ください。