

岐阜県西濃地域
注文住宅着工数 **NO. 1工務店の森住建が語る**

2年目の新人が^{売上}6000万円

粗利率28% ➡ 35%

人が
育つ

高生産性リフォーム

事業の立ち上げ方



株式会社森住建
代表取締役 森浩幸氏

新人でも売れて、利益が残るリフォーム。
ポイントは粗利の高いパック商品づくりと、
それが欲しいお客様を多く集客できる
「専門店」を立ち上げることでした。

新人中心の新店舗が初年度3億円の
売上になるとは私自身も驚きでした。

セミナー
情報

■ **工務店のための**
高生産性リフォーム事業セミナー

2020年4月15日(水)東京会場
お問い合わせNo. S057931

<主催>



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル
担当:指田(さしだ)

TEL:0120-964-000 (平日9:30~17:30)

FAX:0120-964-111 (24時間対応)

伸び悩んだリフォーム事業が1年で急成長！

新人中心の営業5名体制で初年度3億円！

粗利率も平均28%→35%に改善！

**人が育ち、生産性の高い「水廻りリフォーム
専門店」に取り組んだ成功企業インタビュー**



株式会社 森住建
代表取締役
森 浩幸 氏

&



株式会社 森住建
リノベーション事業部 部長
久野 哲宏 氏

工務店のためのリフォーム事業成功事例レポート

—新築事業では地元No1の実績をお持ちの貴社ですが、
この1年でリフォーム事業も急成長できた理由はなんですか？

森社長) 当社では創業時からリフォームも請け負っていて、ここ数年の売上も年間5億円前後という、それなりの規模で事業をやってきました。

「地元密着で家づくりをしている工務店として、建てた後までしっかりとお客様に寄り添い続ける会社でありたい。」という思いがありましたから。

ですから、「リフォーム事業をさらに成長させたい!」、「リフォーム事業で頑張ってくれている社員達により良い将来をつくってやりたい!」
ということは長年ずっと考えていました。

しかしそんな想いの一方で、リフォーム事業はずっと伸び悩んでいました。

**人が育たず・定着せず、ずっと少数のベテラン社員頼み
手間がかかる割に粗利が少なくて生産性が上がらない**

人がいないから売上も上がらない、そして利益も思うように出ないという課題をずっと抱えてきたわけです。

「どうしたものか・・・」とあれこれ模索していた中で、

【専門店化すると人が育つ】という話をちらほら耳にしました。

要は、「小さな工事から大規模リノベーションまでを1つの入口で総合的に請けるから一人前に育つまで時間がかかる。未経験者でも最低限の知識で売れるように、得意な領域に専門特化してお客様を集める」
という話ですね。

森社長)「なるほど、確かにそれは一理あるな。」そう思いました。

もともと地元で新築住宅のイメージが強かったこともあり、当社に依頼されるリフォームは単価1000万円級の大規模な増改築やリノベーションが中心。幅広い知識と経験がないと対応するのが難しい工事ばかりでした。

一人前になるまでに3～5年はかかるような仕事ですから、やはり人を採用してもなかなか育たず・定着せずという状況だったのです。

ちょうど良いタイミングで、地元の大型ショッピングモールの1区画に出店の話が舞い込んできたこともあって、2018年にそこで「専門店化して人が育つリフォーム業態をやろう！」と決めました。



—社長のその決断をきっかけに、久野部長が中心となってリフォーム事業が再び成長する取り組みがスタートしたわけですね。

久野部長) そうですね。社長から「これからのリフォームは専門店化だ！」という話をされて。ずっとリフォームをやってきましたから、「人が育たない」という課題は私も同じように考えていましたし、専門店化の話は素直に共感できました。

項目	2018年10月	2019年10月	伸び率
売上	29	125	431%
経費	1,260万	5,910万	469%
利益	160万	258万	161%

北屋敷 敬司 氏

ただ、理屈はわかったけど「果たして何を、どのように始めたら良いのかな？」と。

そんな時にたまたま船井総研から「水廻りリフォーム専門店が育ち、業績急成長！」という見出しのセミナー案内が届いたので、「まずはこの話を聞いてみようかな。」というのが、船井総研の半崎さんとのご縁でした。

ポイント① 工務店が「水廻りリフォーム」の専門店！？

ー「水廻りリフォーム専門店」という戦略に興味を持っていただいたわけですね。

新築メインの工務店が水廻り専門店という点で違和感はなかったのでしょうか？

久野部長) もちろん最初は「どうなんだろうなあ。」という思いもありましたよ。水廻りはたしかに難しいリフォームではありませんが、多くの会社がすでに取り組んでいる上に大手の家電量販店なども参入していて、「競争が激しくて価格勝負の安売りになりがち」というイメージもありましたから。



森社長) 私はそう思いませんでした。

だって「専門店化」というのは、**お客様が「このお店はこんなリフォームが得意なんだな。じゃあ話を聞いてみよう。」**と思って相談してくれる“入口”じゃないですか。入口がはっきりすれば、狙った客層が自然と集まるようになります。

ベテラン社員じゃなくても簡単に売れるような、設備交換などの部分リフォームをしたいお客様がちゃんと来てくれる、ということがまず大事なんです。

そして営業の段階になったら、お客様のニーズをしっかりと汲み取って、単に「設備を売る」のではなく、場合によっては間取りの変更まで含めて提案する。そうすれば**工務店としての強みを活かして、大手量販店などと差別化することは十分可能**だと思っていました。

キッチンやお風呂等の水廻りは、年数が経てば必ず交換の需要が出てきますから、安定的に集客をしていく上でも最適な分野だとも思いましたし。

工務店のためのリフォーム事業成功事例レポート

久野部長) それから商圈内のお客様に専門店としてしっかり認知してもらうために、

②水廻り品揃え商圈内1番のショールームづくりです。

水廻りリフォームの専門店ですから、
わかりやすく「水廻り設備展示数が
地元No.1のお店」ということになりました。



今になって思うのですが、この時に一番
ポイントになったのは、自社のパック商品
ラインナップを全てお店で見られるようにした、
ということですね。



自社のおすすめ商品が全部自社のショールームに置いてあるということで、
お客様も迷いませんし、以前のように「住設機器はメーカーのショールーム
まで案内して打ち合わせ・・・」といった手間もなくなりました。

そして3つ目が販促、つまりチラシやホームページづくりです。

③水廻りメニューを入口にしたチラシ・ホームページ



にしたわけですが、ここでポイントだったのは、
従来の新築中心の工務店というイメージと
差別するために、【専門店として別屋号で
販促をする】ということと、掲載するメニューが
【全部お店で見られる】という点を訴求して
ショールームに誘導するという事です。

結果としてこれらの取り組みは大成功で、
狙いどおりの客層を毎月安定して集客する
ことができるようになりました。

ポイント③取り組みの効果とは？

ーそうしてスタートした水廻りリフォーム専門店の結果はいかがでしたか？

森社長) 直近の決算で、当社の**リフォーム売上が7.5億円、昨対136%の成長**だったのですが、この要因はやはり水廻り専門店の取り組みが大きかったです。

水廻り専門店の「**リフォームLABO 本巢店**」は、**営業5名でそのうち3人が建築未経験**の中途と新卒というチームだったのですが、そのメンバーで**初年度から3億円の売上**を作れたのは想像以上で驚きました。
やはり集客の数が**安定的に増えたこと**と、**人が一気に育った**おかげですね。

ー集客の数は具体的にどのくらい増えたのでしょうか？

久野部長) 単純に数で言えば、店舗あたりの反響数は**月平均40～50件**です。
従来のリノベーション中心の店舗と比べたら**2倍以上**になりますね。
しかも半分以上が単価100～200万円の水廻り交換（+内装や水廻り同士の複合工事）なので、**新人達でもパック商品を活用して臆せずにお客様対応ができる**ようになりました。

集客の数が増えると、それだけ打席に立てるチャンスが増えるわけですから、成功も失敗も含めて現場で経験することで**成長スピードが早まりました**ね。

水廻りのパック商品づくりやショールームづくり、チラシやホームページなど、「これだけでそんなに状況が変わるのかな？」なんて不安を抱きながらやってきた面もありましたが、今となっては「やりきって良かったなー」と。(笑)

工務店のためのリフォーム事業成功事例レポート

ーそれから「新人の育つスピードが劇的に変わった！」ということでしたが・・・？

久野部長）新卒2年目で、年間5000万円以上を受注する社員が育つという

のは、これまで考えられなかった状況ですからね。
もともと設計職希望だった新卒の女性社員は、
リフォーム営業として6000万円も受注する
大活躍でした。

対応するお客様のニーズが単価100～200
万円の水廻りリフォーム中心なので、大型リノ
ベーションで売上を作っていた頃と違って、知識
や経験不足による不安がない状態で、自信を持
ってお客様に対応できるようになったおかげですね。



新卒2年目の秋には、年間リフォーム受注高
6000万円を自力で作るまでに成長した女性
営業の川瀬さん（写真下）

ーところで、リフォーム事業で多くの会社が悩んでいる収益性の部分ですが、
粗利率の状況については何か改善されましたか？

久野部長）以前のリフォーム事業は、平均粗利率だと25～28%くらい。

これだと、どれだけ頑張っても売上を作っても忙しいばかりで利益が出ない
ということも分かっていました。大型リフォームはベテランでも施工管理が
難しいので、完工してみると粗利が大きく下ブレすることが多いんです。

水廻り専門店の良いところは、新人でも売りやすいという点だけでなく、
パック商品のおかげで粗利を確保しやすいというのがありますね。

工事自体も管理が難しくないのも、粗利が大きく下がることもありません。
実際に水廻り専門店の**平均粗利率は35%**あります。

工務店のためのリフォーム事業成功事例レポート

—新築着工数の減少など、今後も様々な課題が予想される建築業界ですが、地元密着の工務店がいま取り組むべきことはどんな事だとお考えですか？

森社長) 私はやっぱり「人をどう育てていくか？」だと思いますね。良い仕事をする工務店は全国にたくさんあるのですが、そのほとんどが【社長が忙しく現場を駆け回っている状態】だと思います。「人がいない」→「雇っても育てられない」→「だから社長がいつまでも現場に出なきゃ！」という悪循環ですね。



人を採用して育てるための受け皿として、この専門店型リフォームといった戦略は非常に良いものだな、と私は思うんです。

採用して半年～1年で即戦力としてある程度の売上を作れるように育つ受け皿が出来れば、経営者としては安心して人を増やすことができますから。

—最後に、本レポートをお読みいただいている皆様に何か一言ございますか？

森社長) 普段は人前で話すということはないので、最初はお断りしたのですが、船井総研さんが「これからの経営に悩んでいる工務店の社長さん達に向けて、どうしても！」と言うので、僭越ながら今回はセミナーのゲスト講師をお引き受けしました。

この新規事業をリーダーとして立ち上げた、部長の久野が実際の取り組みを通じて感じたこと、より詳しい取り組み内容、さらには失敗談や成功体験なども具体的にお話させていただければと思います。

同じ経営の悩みを抱えている方にとって少しでもお役に立てればと思いますので、当日セミナーで皆様にお会いできることを楽しみにしています。

2020年2月10日 インタビューより（取材：船井総研）

工務店経営者様、必見！ 人が育ち、生産性が高い リフォーム事業にするために



株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 シニア経営コンサルタント

齋藤勇人

レポートをお読みいただき、ありがとうございます。

(株)船井総合研究所の齋藤勇人と申します。

ここまでお読みいただいた方はおそらく、「今後先行きが不安な既存事業に依存しない建築事業の第二の柱としてリフォームを強化したい方」または「すでに取り組んできたけど、人が育たない・利益が思うように出ないと悩んでおられる方」だと思います。

そのような方に向けて、ここからはセミナーのご案内です。

事例として取り上げた森住建様をゲスト講師にお迎えして、

地元密着の工務店経営者様向けに

「人が育ち、粗利率が高いリフォーム事業の作り方」というテーマで、具体的な成功手法を事例を交えながらお伝えさせていただきます。

ゲストの森住建様は地元No.1の新築着工実績を誇る会社ですが、

お伝えする手法自体は、新築住宅やリフォームの請負経験のある売上2～3億円規模の工務店でも取り組めて、しっかりと成果の出せるノウハウです。（詳しくはこの後の取り組み事例をお読みください）

リフォーム事業はしっかりと正しい戦略を押さえて取り組めば、営業利益7%～10%と着実な利益を出すことができる安定したビジネスです。しかし逆に言えば、上っ面だけ真似しても大成功できる魔法のようなノウハウをお探しの経営者様のご期待には沿いかねるかもしれません。

「地元密着でお客様に支持される事業にしたい」という考えをお持ちで、地に足のついた取り組みを継続する覚悟のある方にとっては、超実践的で具体的な内容満載のセミナーであることをお約束します。

株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部
シニア経営コンサルタント

齋藤 勇人

レポートをお読みいただいた経営者様への特別なご案内



の新しい事業基盤をつくる！
 短期間で成功する方法を大公開！
 具体的ノウハウをたった1日に凝縮！

工務店のための高生産性リフォーム事業セミナー

東京
会場

2020年

4月15日 (水)

【時間】13:00～16:30 (12:30～受付)

【定員】30社様限定

【会場】TKP東京駅セントラルカンファレンスセンター

■セミナー当日は事例ブース・ツール一式、マニュアルをご紹介



★セミナー申込方法★

- ・別紙の申込用紙をFAX
- ・表紙と申込用紙右下のQRコードからWEB申込も可能

■ お問い合わせ

TEL : 0120-964-000 (平日9:30～17:30)

FAX : 0120-964-111 (24時間対応)

● 申込みに関するお問合せ：指田

● 内容に関するお問合せ：西村 諒

さらに、セミナーご参加者限定資料

「私が2年で年間売上5000万円のリフォーム営業に成長できた理由」
 ～森住建 リフォーム若手社員の実例インタビューレポートを進呈！

次のページでセミナーの内容を一部ご紹介→

■ セミナー内容の一部をご紹介します！

■ 特別ゲスト講演 株式会社 森住建 リノベーション事業部 部長 久野 哲宏 氏

地域密着の工務店が取り組んだ人が育つリフォーム事業の作り方

- ・未経験者でも半年で売れるようになったリフォーム商品の作り方
- ・今だからわかった、従来のリフォーム事業では人が育たなかった理由
- ・リフォーム単価100万円以上！効率良く回転の早い案件を集客できた方法
- ・新人でも契約率60%！お客様に信頼していただけるリフォーム業務の進め方
- ・水廻りリフォームでも競合負けしない！私たちが使っている営業ツール解説
- ・リフォーム粗利率を28%→35%に改善させた方法
- ・お客様が集まり、営業も楽になる！来店型自社ショールームの作り方
- ・地元密着の工務店としての今後の事業展開・・・他

■ 船井総研 講座

単価100万円、粗利35%！未経験者が売れる・育つ！ 高生産性「水廻りリフォーム専門店」ビジネスモデルの成功手法

- ・粗利率35%、単価100万円の高効率リフォームパック商品の作り方
- ・ゼロから立ち上げて3年で、1拠点リフォーム売上3億円の店舗の作り方
- ・取り組み初年度から、毎月2500万円以上の見積案件を集める販促手法
- ・過去客からのリピートや紹介でリフォーム案件を発生させるための4つのポイント
- ・年間5000万円以上を受注する未経験者や女性営業が育つ会社の共通法則
- ・新人でも無理なく売れるための営業の方程式
- ・地元密着工務店で人材が育つための高収益、安定売上経営のポイント
- ・事例連発！リフォームで人が育ち、業績が上がった全国の工務店の取り組み

取り組み1年で売上1.5倍、営業利益は5倍に！

リフォーム事業にはかなり力を入れて取り組んできたつもりでしたが、ここ3年間の売上は3億円前後、営業利益率は1~2%で伸び悩み、先の展開が見えなくなってきました。課題は①**売上の7割を一部のベテラン社員に依存していたこと**、②**集客が安定していなかったこと**です。そこで、思い切って若い社員が売れる領域に特化した専門店化の取り組みをスタートしました。このやり方で心機一転ショールームをOPENした年に、**増員0名、女性社員比率50%**で売上を**3.5億円から5億円**まで伸ばすことができました。



大阪府松原市
リブウェル株式会社
代表取締役 金井 敬 氏

高い粗利率でも反響はしっかり取れます！

このやり方に取り組んだ理由は、たくさんの社員を1人前に成長させたかったからです。小工事から大工事までやる総合リフォームでは、覚えることが多すぎてなかなか社員が育ちません。水廻りリフォームに絞ることで、新人が1年目でも年間で8,000万円、1億円を受注をできるようになりました。当初は「競争が激しく、業績を上げるのが大変な分野」だとも考えましたが、実は全然そんなことはなく、粗利率35%で売上も収益性もしっかりと上げ続けています。今は本当に取り組んで良かったと思います。



群馬県前橋市
株式会社ミタカ工房
代表取締役 北屋 敷 司 氏

リフォーム売上が3年で10倍の3.5億円に成長！

将来を見据えた新しい基盤づくりとして、「リフォーム事業をやろう！」と決意した時にまず不安だったのが、「**安定した集客の確保**」でした。当社はもともと地元で新築と公共工事がやっているイメージがありましたから、新たにリフォームの専門店として新ブランドを立ち上げ、「水廻りの専門店」としてショールームを展開しました。まさにオープン直後から**毎月4000万円以上**のリフォームの見積依頼が入るようになり、若い社員でも営業として経験を積んで成長していけるようになってきました。



埼玉県秩父市
株式会社丸山工務店
代表取締役 廣瀬 正美氏

積極的に人の採用・育成ができる会社になりました。

以前は社長の私自身が、誰よりも忙しく営業から現場まで駆け回っていましたが、「水廻りリフォーム専門店」という戦略転換をきっかけに、社員が以前よりも安定して売上をつくれるようになりました。**単価も粗利も安定した難しくない案件が増えた**ことで、若い社員でもしっかり売れるという自信が持てたので、私自身が現場に出るのではなく**積極的に人を採用して育てられる**状態になってきています。



埼玉県狭山市
有限会社宮本工務店
代表取締役 宮本 武靖氏

講座内容&セミナースケジュール

工務店のための高生産性リフォーム事業セミナー

【開催日】 **東京会場：2020年4月15日(水)**
TKP東京駅セントラルカンファレンスセンター

〒103-0028 東京都中央区八重洲1丁目8-16 新槇町ビル

【開催時間/定員】
13:00~16:30 (受付12:30~) / 30名限定

講座カリキュラム

講座	講座	講師
第1講座	 <p>勘の鋭い工務店が取り組み始めている高生産性・高効率な新しいリフォームビジネスモデルとは？</p>	株式会社船井総合研究所 シニアエキスパート 上席コンサルタント 半崎 泰生
第2講座	 <p>人が育ち、業績が安定するリフォーム事業にするために当社が取り組んできたこと</p>	特別講師 株式会社森住建 リノベーション事業部 部長 久野 哲宏 氏
第3講座	 <p>工務店がリフォーム事業で成功するための集客・営業・商品づくり実践手法と成功事例解説</p>	株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 FAST-Reformチーム チームリーダー チーフ経営コンサルタント 西村 諒
第4講座	 <p>本日のまとめ 明日から実践していただきたいこと</p>	株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 FAST-Reformグループ グループマネージャー シニア経営コンサルタント 齋藤 勇人

■株式会社船井総合研究所のご案内

「お客様の業績を向上させること」を最重要テーマとし、現場の即時業績アップ支援に強みを持ち、独自の経営理論に基づくコンサルティングを行っている。また、社会的価値の高い「グレートカンパニー」を多く創造することをミッションとし、企業の本質的な「あり方」にも深く関与した支援を実施している。その現場に密着した実践的コンサルティング活動は様々な業種・業界から高い評価を得ている。 船井総研公式サイト <https://www.funaisoken.co.jp>

ゲスト講師

株式会社森住建
リノベーション事業部 部長
久野 哲宏 氏



岐阜県で新築とリフォームを手掛ける地元密着工務店 株式会社森住建でリフォーム部門の責任者を務める。近年は水廻りを中心として「新人でも売りやすいリフォーム」に専門特化した新しいビジネスモデルの新規立ち上げを主導してきた。その結果、新築注文住宅のイメージもあって大型リノベーション中心だった同社の従来のリフォームでは課題となっていた「人の成長・定着」と「粗利率・生産性の向上」が可能となり、リフォーム部門の業績が飛躍的成長を遂げるに至った。

セミナーお申込み方法

FAXでのお申込み

本DMに同封しておりますお申込み用紙にご記載の上FAXにてお送りくださいませ。担当：指田



(24時間対応)

0120-964-111

WEBからのお申込み

右記のQRコードを読み取りいただきWEBページのお申し込みフォームよりお申し込みくださいませ。

セミナー情報をWEBページからもご覧いただけます

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/057931>

