

住宅リフォーム事業

無料 新年2020年
最新レポート

効率悪い、儲からない **小工事**はもうイヤ!

効率、回転の良い工事中心に

手離れがいい**100万円工事**の受注が**3**倍増

高(好)回転リフォームモデル

わずか**5**年で

0スタート**0**億円から**8**億円

成功事例
モデル企業

超激戦区(5km圏に競合17社)なのに**5**年で**8**億円!

高回転・住設リフォーム年間**557**台受注!

キッチン**0**台→**114**台/年 バス**0**台→**114**台/年

トイレ**0**台→**229**台/年 洗面台**0**台→**100**台/年

高(好)回転が人材スピードを**1.5**倍化!

1号店オープンから**2**年後に早くも**2**号店オープン

24才今どき**新卒女性**も競合に勝ち、**2**年目**4400**万契約

特別
ゲスト
講師

アーキテックス株式会社
リフォーム事業部マネジャー

太田 茂孝氏

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、および関係者の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

超・高生産性リフォーム業績アップセミナー

TEL.0120-964-000

平日
9:30~17:30

お問い合わせNo.S064309

お申し込みに関するお問い合わせ:指田
内容に関するお問い合わせ:矢川

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

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。) → 064309

成功事例企業

アーキテックス株式会社 (愛知県岡崎市)

リフォーム事業部マネージャー

太田 茂孝 氏

新卒1期生として同社へ入社後、賃貸物件の退去修繕リフォームや新築、賃貸リノベーション事業の営業・現場監督を歴任。2015年に本社のある岡崎市でエンドユーザー向けリフォーム事業（カナルリフォーム）を立ち上げ、事業責任者として成長戦略、マーケティング、組織づくり、人材育成を一手に担っている。



5年前、リフォーム事業起ち上げを任されるが、心中複雑…

当時の全社グループ年商50億円(不動産+新築+リフォームなど5事業合計)の社長である近藤から、新たにBtoCリフォーム事業の新規起ち上げを任されました。その話を受けた時の心境は、**本音を言えば断りたかったです**。その理由は、**リフォームは儲からない事業だからです**。

不動産、新築と比べて単価が低く、お金になるまでの期間が長い。手間がかかり、クレームも多く、やたら業務時間が長くなり、その割には儲からない。**リフォームはバタバタ貧乏、クレーム事業と揶揄する**人もいと聞いていました。

でも仕方ありません。『尊敬する近藤社長から「太田に」と任されたからには、何とか起ち上げて成功させたい!』と思い、気持ちをもすぐに切り変えました。ただ、やみくもに事業を始めるのではなく、必ず成功する事業にするために、**リフォーム事業が儲からない原因を整理し、その解決策を明確にすることから戦略を立てました**。

リフォームが儲からない3大理由を整理した

1. 手間がかかり効率が悪く、儲からない小工事数が多い

リフォームはその特性上、小工事の問い合わせが多くなります。2~3万円の水栓金具交換で車で往復40~50分の施住宅を2~3回訪問、、、。それではとても儲かりません。

2. 大型工事でも手間がかかり、売上・利益が不安定になる

小工事が多くなる分、売上を作るのに大型工事が必要になりますが、500~1000万円規模の工事は、成約するまで商談が何度も必要になり、成約後も工事の段取り、現場管理に相当な手間がかかります。そして**現場管理中は営業ができずに受注数字が下がります**。現場での粗利率が下がりやすく、売上・利益が不安定になることが多々あります。

3. 営業が育たない、仮に、せつかく覚えさせても辞める

リフォームは小工事から増改築、全面改装、また、家の内側の内装、水廻り、外側の塗装、張替え、外構まで幅広く対応すべき商品があります。**覚えること、やることが多過ぎて、営業が育ちにくい**です。

また、**大型工事案件は、失注リスクを恐れてベテラン営業ばかりが対応**することになります。だから、若手営業は小工事対応ばかりで、経験が詰めず、満足な成績が残せません。仮に少し仕事を覚えてきたと思っても、辞めてしまうことが多い。**この3点を解決する策を考えました。(次ページに)**

リフォームで成功するための1つの答え

手離れがいい、高(好)回転100万円リフォームを増やす

【売上高構成比率目標】

工事金額	予算帯	一般的な リフォーム (大型工事依存)	高回転 リフォーム (中型工事中心)
		若手が 育たない	若手が 育ち やすい
高価格②	500万帯~	35%	15%
高価格①	200万帯~	30%	20%
中価格	50~100万帯	20%	50%
小工事	0~30万帯	15%	15%
合計		100%	100%

100万円前後
リフォームは

- ①回転が良い
- ②売上が作りやすい
- ③若い営業が育ちやすい

それは、**100万円前後リフォーム比率を増やすこと**でした。

営業と現場管理もやりやすく、高回転で効率よく回せます。

このゾーンは、主にキッチン、お風呂、トイレ、洗面の入れ替えを中心としたリフォームです。建物の間取り変更、構造・躯体に絡む工事ではないので、「ここの柱を取っても大丈夫？」といった大工の知識、木拾い積算等々の知識、経験もありません。また、工期は長くて1~2週間と回転も早いです。

「**このゾーンなら営業メンバーも覚えやすく、売上の波が起これずに、若手でも成績を残しやすく育つ。**そして安定成長を目指せる」売上構成比率を上記表のように目標を立てました。

しかしながら、**大きな課題もありました。**それは・・・

100万円前後リフォームの課題、問題点も…。

100万円リフォームゾーンは「**競合が激しいこと**」です。
どの会社も狙っている価格ゾーンでもあり、**価格競争になりやすい**ということです。

半径5km圏に なんと競合が17社

リフォーム新規参入の
商圈エリアは、
本社のある
愛知県岡崎市。
そこは超激戦エリア

100万円リフォームで
勝負できるのか？



それに加えて、私たちが新規起ち上げ予定のエリアはなんと、**半径5km圏にリフォーム会社が17社もある超激戦地区**でした。そこには、大手ハウスメーカー、大手量販店、全国展開のリフォーム会社の支店が2店舗、その地元創業の上場企業もありました。それを考えるとまた不安にもなりましたが、やることをやりきるしかありません。逆に、大型工事を狙うにしてもそれはそれで課題は山積です。この100万円前後ゾーンに絞ることに決めました。そこで、戦略的に**重点取り組み事項3つを明確にしました**。それは、次の3つでした。

100万円前後の高回転リフォームのための取組み事項は3つ

1. 自分達のカ相応に思い切って**商品分野を絞ること**
2. お客様に分かりやすい、買やすい**商品パック**を作ること
3. お客様にとってお手軽に、分かりやすい、比べやすい、選びやすい**ショールーム**を作ること

1. 自分達のカ相応に思い切って商品分野を絞ること

競争が激しい中、当社営業メンバーは未熟な若手社員が多い状況でしたので、下手に欲張らず、カ相応で扱う商品を絞りました。100万円前後リフォームのメインは何と言っても、キッチン、バス、トイレ、洗面の水まわりリフォームです。それに伴う簡単な内装ぐらいは含めますが、間取り変更、構造躯体が絡む大型工事を積極的に狙うことは止めました。また、外壁塗装も専門業者にはなかなか勝てません。**無駄に商品幅を広げず、自分達が絶対に負けない領域を作ること**を**重要な戦略**として決めました。

(後日談として、**大型工事については**、水まわりが強いリフォーム会社として認知度が上がると**意図せず自然と増えました**。**塗装工事は**、同じ店舗内に塗装だけに絞った**専門店を別スタートさせて1年目で1億円を達成**しました。)

2. お客様にとって分かりやすい買いやすい商品パックを作る

新品購入の特典
キッチン①リクシル・シエラI型 2550 Shiera

サイズ 2550×950×850 定価(税別) ¥1,258,000

特別リフォーム価格 **63.7万円(税別)**

【製品価格】418,000円
【標準工事費】180,000円(税込)【異材質取付工事費】80,000円

①カラー ②扉 ③シンク ④ワークトップ ⑤その他

安心商品パック

Shiera おすすめのオプション

①ガスコンロ →IHコンロに **+7,000円** でOK!

②オールインワン浄水栓 →シングルレバー水栓に **-8,000円** でOK!

③薄型シロコレレジダート →よこれレジダートに **+33,000円** でOK!

④オートダウンウォール →手動式に **-20,000円** でOK!

⑤キッチンパネル使用 **+45,000円** (2枚使用する場合) **+68,700円** (3枚使用する場合)

特別リフォームプラン標準見積りも同じ キッチン①リクシル・シエラI型 2550 新品ご購入	
製品価格	418,000円
標準工事費	180,000円
異材質取付工事費	80,000円
特別リフォーム価格	637,000円
オプション	①ガスコンロ →IHコンロに +7,000円 ②オールインワン浄水栓 →シングルレバー水栓に -8,000円 ③薄型シロコレレジダート →よこれレジダートに +33,000円 ④オートダウンウォール →手動式に -20,000円 ⑤キッチンパネル使用 +45,000円 (2枚使用する場合) +68,700円 (3枚使用する場合)
合計	円 + 円 + 円

BtoCリフォーム市場を研究していくと、**リフォームという商品がお客様にとって、いかに分かりにくく、不親切なものか**が分かってきました。まず、広告掲載の価格がどこまで本当かが信頼できない。「いやいや、家電量販店、大手流通店のリフォームパックがある」と思われる方も多いですが、商品代と工事費の内訳額が無かったり、仮に工事費が明示されても、見積提出時に新たな別項目費用が付け加えられていたり、**価格の安心感を得られるところは少ない**と思います。

お客様に本当に安心してもらえる商品パックを品揃えすることで十分に差別化できると考えました。

また、「“商品パック”を作ってもそのままでは売れないよ」という声も聞きますが、売れないから作らないのではなく、**だからこそ、分かりやすい、売れる商品パックを作ること**で、**お客様からの信頼と評判を獲得できる**と考えました。

3. お客様に分かりやすい、選びやすいショールームを出店



また、お客様目線でとても気になることがありました。それは、**広告やカタログに掲載されている商品がショールームにそのまま全てが並んでいないこと**です。

並んでいても一部だけの展示だったり、表示価格が広告掲載価格と微妙に違っていたり（お客様にとってその違いは分からない）。それは大手流通業の店舗も例外ではありませんでした。

広告（チラシ、Web）で掲載している商品をすべてそのままを店内に展示しているショールームを作ることで、お客様にとって比べやすい、選びやすい安心できるお店になります。業界の人からすると「その程度のことで？」と思われるでしょうが、**お客様の安心はそんな基本的なところから生まれる、そして意外と誰もそのことに気づいていません。**

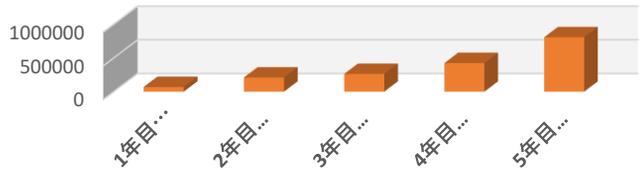
この3点を重点戦略として事業をスタートしました。

その結果（5年後の成果）

まったくのゼロからスタートでしたが、**5年後には3店舗 売上8億円規模まで伸ばすことができました。**



※売上実績推移（受注額ベース） 単位：千円



	1年目 (7か月) (2015.02~2015.08)	2年目 (2015.09~2016.08)	3年目 (2016.09~2017.08)	4年目 (2017.09~2018.08)	5年目 (2018.09~2019.08)
1店舗目出店	20	20	20	37	37
2店舗出店					
3店舗出店					
4店舗出店					
5店舗出店					
営業人口 (万人)	20	20	20	37	37
商圏人口 (万人)	20	20	20	37	37
契約売上高 (千円)	69,238	210,400	263,228	424,494	807,514
シェア	0.95%	2.88%	3.60%	3.14%	5.96%

スタート2年後(2017年)、当初は塗装リフォームを別部門の塗装専門店としてオープン(**1年目1億円達成**)



営業メンバーが順調に育って、増えて、現在は、**4つの拠点**を展開するまでになりました。



その結果（5年後）～続～

3つのことをきっちり実践したことで、

実践したこと

- ①水まわりに商品を絞る
- ②商品パックを作り
- ③ショールームを作る



2018年10月～2019年9月実績

キッチン	0台	→	114台/年
バス	0台	→	114台/年
トイレ	0台	→	229台/年
洗面台	0台	→	100台/年

キッチン、バス、トイレ、洗面所リフォームの受注数が順調です。年商規模からすると**一般リフォーム店と比べて3倍の販売数**になるそうです。超激戦区で売れていることはすごいと思います（油断は禁物ですから、鋭意努力を続けます）。

水まわりリフォームは売上が作りやすいです。工期も適度（2～7日間）で工事内容と流れが似通ってくるので、段取りや現場管理が覚えやすく、手離れがよいリフォームです。

まさに、「**高(好)回転**」で事業が進みます。

また、積極的には販促していないのですが、「水まわりに強い会社」という認知が高まり、LDK改装などの**大型工事の依頼も増えて**います。また**営業が育ちやすい**です。



左の写真は、24才、新卒2年目の女性営業、青木です。今どきの女性です。本人の努力もあって、2年目で請負高4400万円の実績を挙げてくださいました。**女性活躍の場も広がります。**

最後までお読みいただきまして誠にありがとうございます。
す。

(株)船井総合研究所の齋藤 勇人（さいとう はやと）と申します。本レポートの内容はいかがでしたでしょうか。手離れがいい100万円前後リフォームゾーンに絞って強化することで成果を出している会社が増えています。そこで、セミナーのご案内をさせていただきます。

レポートのご当人、アーキテックス株式会社の太田 茂孝氏をゲスト講師にお迎えしてのセミナーを開催いたします。ご多忙とは存じますが、ご参加ご検討ください。

【セミナー概要】

- 日時：2020年10月13日（火）・16日（金）・21日（水）
13時00分～16時30分（ログイン開始12時30分より）
- 会場：WEBによる開催
- 高(好)回転リフォームモデルの具体的実践ポイント
100万円リフォームを3倍に増やす！
 1. 商品パックづくり具体的実践策
 2. ショールームづくりの具体的実践策
 3. 販促（チラシ、WEB）の具体的実践策

講座	講座	講師
第1講座 13:00～13:45	ゼロから起ち上げ2年で 1店舗年商2.5億円の「高回転リフォームモデル」とは？	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 マネージャー 齋藤勇人
第2講座 14:00～15:00	リフォーム新規参入5年で事業年商8億円を達成できた 当社の取り組みとビジネスモデルの全貌	アーキテックス株式会社 リフォーム事業部マネージャー 太田 茂孝氏（特別ゲスト）
第3講座 15:15～16:00	高(好)回転リフォームモデルの具体的実践ポイント	株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 FAST-Reformチーム リーダー 矢川魁人
第4講座 16:00～16:30	本日のまとめ	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 マネージャー 齋藤勇人

株式会社 船井総合研究所
リフォーム支援部 齋藤 勇人

追伸

次ページにて他社様の成功事例もご紹介しておりますので併せてご覧ください。ご参加を心よりお待ちしております。

高(好)回転リフォームモデル成功企業様の声



埼玉県さいたま市・川口市・越谷市

株式会社 嶋澤啓工務店
代表取締役 嶋澤 徹氏

成功事例

新卒営業が育つ
ようになり急成長!

1年で
2.7億円 → 6.5億円

営業3人で下請けに忙殺されていた毎日から、多店舗展開や新卒採用ができるまでに。以前とは全く違う会社になったようです。

私が社長を継いだ頃は仕事の8割が下請業務でした。売上は安定していたし、なんとか利益も出していたのですが、目が回るくらい忙しい毎日でした。鳴りっぱなしの電話が離せず、「こんな毎日引退するまでずっと続くのだろうか?」と不安でした。ところが水廻りリフォーム専門店に取り組んでからは、水廻りに特化しているため新人でもすぐに一人でこなせるようになるし、若い社員が自信をつけてすぐ育ちました。

その流れで、水廻りショールームを2店舗出店、同時に新卒採用にもチャレンジして、気づけば売上は2億円から7億円へ。もちろん利益率も上がっています。若い新卒社員は年間6,000万円以上も売上をつくる大活躍で、会社の雰囲気も明るく前向きになりました。



大阪府松原市・羽曳野市・藤井寺市

リブウェル 株式会社
代表取締役 金井 敬氏

成功事例

若手が活躍する
ようになり急成長!

1年で
3.5億円 → 5.0億円

若手が自信を持って営業できるようになり、会社全体にもいい影響を与えています。

チラシを巻いてもなかなか集客がうまくいかず、イベント中心の集客で営業に負担がかかっていました。また一部の社員が売上のほとんどを作っており、若手がなかなか育たずに悩んでいました。営業に負担がかかり、若手が育たない状況では会社として成長していけないと感じ、この水廻りリフォーム専門店に取り組むはじめました。

水廻りリフォーム専門店として、ショールームオープン後はショールームで実物商品とわかりやすいバック商品を使っての接客で若手でも売れるようになりました。新卒社員が、入社半年も経たないうちに、ショールームで一日に4件のトイレを契約することがありました。若手が育ち、自信を持って接客できるようになり、会社全体にもいい影響を与えています。



埼玉県東松山市

伊田テクノス 株式会社
取締役副会長 柴崎 実氏

成功事例

営業スタッフ6名(現場管理兼任体制)で達成!

2年で
0.9億円 → 3.3億円

単価100万円前後の水廻りリフォーム専門店に組み込んで2年、若手でも効率よく売れるので、人の定着と成長が圧倒的に早いと感じています。

弊社の母体は総合建設業ですが、エンドユーザー向け建築を請け負う住宅事業部でリフォームを展開しています。たまに受注できる大型工事で多少の売上はありましたが、事業として安定させるのが難しいなと感じていました。

また、新築に比べて難しい内容が多く、出来る人を育てるにもひと苦労でした。縁あって船井総研さんと一緒に「水廻り専門店」に取り組んでからは、若手を中心に効率良く受注できるようになり、2年で3倍以上に成長しました。

前回セミナー参加者様の声

株式会社石内建設 / 千葉県流山市
代表取締役社長 石内 英則氏

新築・リフォーム工事の下請業務を主に行っていましたが、それを元請け化したいと考えセミナーに参加しました。総合リフォームではなく、取り組みやすい水廻りリフォームに絞ることで高効率のリフォームビジネスを実現できると分かり、取り組み始めました。今年2月にショールームオープンし、大変な状況の中で不安もありましたが、今では月1,500万円を安定して売り上げられるようになっています。

株式会社水建 / 新潟県十日町市
代表取締役社長 水落 勉氏

住宅新築・リフォームを主体に、公共事業などを行っていましたが、元請けリフォームを本格化させたいと思い、セミナー参加しました。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をやっているイメージがあったため、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。取り組み始めて1年程になりますが、年間1.5億円ペースの売上が作れるようになってきました。

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

超・高生産性リフォーム業績アップセミナー

お問い合わせNo. S064309

開催要項

オンラインにてご参加

＜お申込期限＞

日時・会場

2020年 **10月13日** (火)

10月13日開催分:10月9日(金)

10月16日 (金)

10月16日開催分:10月12日(月)

10月21日 (水)

10月21日開催分:10月17日(土)

開始 13:00 ▶ 終了 16:30 (ログイン開始12:30より)

本講座はオンライン受講となっております。
諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。

受講料

一般価格 税抜 30,000円 (税込 **33,000円**) / 一名様

会員価格 税抜 24,000円 (税込 **26,400円**) / 一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4営業日前までに振込みできない場合は、下記お申込み担当者へご連絡ください。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きます場合がございます。●ご参加を取り消される場合は、開催3営業日(土・日・祝除く)前まではマイページよりキャンセルをお願い致します。それ以降は下記事務局宛にメールまたはお電話にてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は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。
●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。

お申込方法

下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済、銀行振込が可能です。受講票はWEB上でご確認いただけます。
または、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.の数字6桁064309を入力、検索ください。

お問合せ

明日のグレートカンパニーを創る
株式会社 船井総合研究所

TEL: **0120-964-000** (平日9:30~17:30)

●申込みに関するお問合せ: 指田 ●内容に関するお問合せ: 矢川

検

お申込みはこちらからお願いいたします

10月13日(火)
申込締切日:10月9日(金)

10月13日(火)・16日(金)・21日(水)
オンライン開催

10月16日(金)
申込締切日:10月12日(月)

10月21日(水)
申込締切日:10月17日(土)

オンラインにて開催

