

不況でも強い会社づくりを目指したい塗装会社の経営者様必見!

\\ 大好評につき日程追加! 工場塗装アンコールセミナー //

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。

オンライン開催

2021年 11月 16日(火)・2021年 12月 6日(月)

13:00~16:30(ログイン開始12:30~)

業界
成長期
マーケット

塗装業界の次の時流
はコレだ!

工場塗装

直受注ビジネス新規参入

特別ゲスト登壇決定!!

大反響の年1回の塗装業界唯一の時流予測セミナー

驚異の客単価 **1,000万円**

粗利 **40%** で受注する

高収益、高生産性モデル!

WEBを中心に決裁権者を続々と

集める**集客方法**を大公開!

株式会社 どちらのき塗装テック
代表取締役
佐藤 隆氏

工場塗装専門店立ち上げセミナー

お問い合わせNo.S079602

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

船井総研セミナー事務局

E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

※お問い合わせの際は「セミナータイトル」お問い合わせNO・お客様氏名を明記のうえ、ご連絡ください。

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。)

075117

ゲスト
講師

栃木県宇都宮市
株式会社とちのき塗装テック
代表取締役 佐藤 隆 氏

栃木県にて会社設立。グループ会社では、元請けで住宅塗装事業を行い、売上10億円超。2021年には工場塗装専門店を業態付加され、売上がますます増え、より高生産性体質となり、塗装業界で注目されている1社となっている。



工場塗装を事業化することで

単価 **1,000万円** が取れた物語

■ 最初は職人としてスタート！ 塗装のイロハを学びました。

初めまして。お読みいただきありがとうございます。この度は記事執筆を依頼されたため、私たちの今まで行ってきた事を中心に書かせていただきたいと思います。私は国立の高等専門学校を卒業してすぐに塗装会社に就職した訳ではなく、新卒で東京に開発拠点を置く精密機械メーカーに入社しました。入社して3年、バブルを謳歌していた頃、突然親戚から連絡が入り、現在代表を務めている塗装会社に入社しました。最初は畑違いで塗装の事は一切分からないので、**職人からスタート**しました。ニッカポッカを履いて、袖を汚し汗にまみれながらペンキと格闘する毎日。

夏の太陽が強い日は、屋根に上がって火傷する事が多かったです。そして、親方に怒鳴られ、

喧嘩もたくさんしました。ただその日々は私にとって非常に面白かったです。その甲斐あってか分かりませんが、塗装のイロハを知る事ができました。そんな始まりでした。



■ 規模拡大を目指していったが故の弊害 壁に当たった時に出てきた答えとは・・・

そして、塗装会社に入社して3年。塗装現場に慣れた事もあって、その良さを伝えたいと思い営業するようになりました。成績も少しずつ出るようになった時に思ったこと。それは、せっかく東京から福島に帰ってきたんだから、会社を変化・成長させながら、この塗装の素晴らしさを多くの人に知ってもらいたいと思うようになりました。せっかくなら、一度きりの人生だから、この塗装ビジネスで



どこまでやれるかチャレンジしたいと思いました。それがこの物語の始まりです。規模を大きくするなら、スピードを上げて現場をたくさん回してナンボ。そう考えていた私なので、

1か月に多くの商談を重ね、受注を重ねる日々。

1日に数十現場を1人で回した事もありました。

そして、元請けからも工期を急かれ、

現場に発破をかける日々。



そうするとどうなるか。これを読まれている塗装会社の皆様ならお分かりだと思います。現場を見切れなくなったのです。そして、不慮の事故が起きました。スピードを追及した結果、現場も焦って工事を行うので、安全に対しての意識が薄くなったのでしょう。すべて私がもたらした結果でした。

この件での教訓を、今でも忘れずにいます。それは「安全第一」です。工事会社はこれに尽きるのです。そして、仕組みもないのに会社を無理に大きくしようとすると、社員に負担がかかり、結果として大きなトラブルに繋がるという事が教訓となりました。

■ 失敗を乗り越え、 仕組みを整えてから住宅塗装に参入！

先ほどの教訓を胸に刻み、私は元請け会社に工期などを指示されない会社づくりを目指しました。その一つが住宅塗装の元請け化です。自社で工期や価格の値決めをできるため、職人に負担をかけずに受注できるようになりました。

そのような経緯で出発した元請けの住宅塗装事業でしたが、最初は山あり谷ありでした。そして、元請けの住宅塗装で成功されている会社のお話を



聞きに行き、チラシとホームページとショールーム店舗の連動が成功のカギであると教えてもらいました。それを心がけ、再度設計しなおして専門会社にも協力してもらいながら行ったところ、これが大当たり。月30件を超える集客になりました。

それから、1回のイベントで100組を超えるお客様が来るようになりました。また、毎月のホームページ集客も30件を超え、1店舗だけでは対応の限界がきたので、そのエリアですぐ対応できるという事で2店舗目を出店しました。



この1店舗目で、きちんと仕組み化ができたのが大きかったです。その秘訣は徹底したマニュアル化です。マニュアルを読めば営業の流れが学べ、塗装工事の事も一通り分かるといった教科書のようなものです。この業界には教科書がないので、これを作ることが非常に重要だと感じました。

■ 着実に成長。エリア拡大ができた。 ただ、次なるステージが見えない・・・

1店舗目の成功によって、順調に2店舗目、3店舗目・・・6店舗目まで出したところで、人の問題に行き当たりました。この時、売上10億円目前でした。

その問題とは、、、エリアを広げ多店舗展開していくなかで、マネージャークラスの育成が追いつかず、また社内の一体感が失われてしまったことでした。また、新店舗の出店に伴う販促投資や人材投資にお金がかかり、毎年利益が残りにくい体質になっていたのです。

「このままだと社員に負荷もかかり、エリアも永遠に広げないとダメだ・・・」と出店する限界

を感じた結果、シェア率を高めるという考え方に

出会いました。シェア率は、その地域での市場規模を算出し、その規模の中で何パーセントの売上割合を取れるかという考え方で、絶対的な売上規模重視の私にはなかった発想でした。



■ 今のエリアでシェア率を高めるべく、 工場塗装へ参入！住宅塗装と相乗効果あり！

そこで工場塗装に参入し、現在出店しているエリアでのシェア率を高めることに注力する事にしました。

このような流れで工場塗装に参入し受注する事ができましたが、結論から言うとまだ工場塗装が成功したわけではありません。

ただ、工場塗装の受注までの流れは整理する事ができましたし、住宅塗装との相性が良いという事はお伝えできるかと思います。



■工場塗装への参入で即受注！ きっかけは住宅塗装にあった

住宅塗装の担当と繋がりのあった工場の担当者様が、弊社のことを調べてくださっており、そこに[工場塗装ページ](#)があったため、工事の見積り依頼をいただきました。

その会社様は関東に本社がある2次製品製造業で、売上50億円、社員数100名未満という中堅中小企業様でした。結果としてその工場の屋根塗装、

外壁塗装、その他塗装工事を1000万円で受注することができました。

工事は決算期のタイミングに分けて実施していく事となり、2期目が900万円、3期目が1,000万円の見積りが取れています。[ホームページの内容もご担当の方にじっくりとご覧いただいた](#)ため、営業時にも比較的話が進みやすかったです。ホームページが24時間365日働く営業マンと言われる所以（ゆえん）だと感じました。



また、そこで思ったのは、住宅塗装の平均単価が100万円に対して、工場塗装の平均単価は1,000万円。その差10倍です。その単価を住宅塗装で取ろうと思ったら相当な営業力が必要ですが、工場塗装は住宅塗装と比べて、相見積もりになる相手が建設会社や工務店メインで、塗装工事の[工事知識や塗料知識で負けるわけがない](#)ので、契約率も高くなります。

そうなると問題になるのは、工場塗装を安定的に集客できるかです。そこで弊社では、DM、専用ホームページ、テレアポといった集客を駆使して、月1件集客ができています。

■意外と工場塗装は取れる。 勝機は職人会社だからこそその価格力！

最初は、「工場塗装なんか構内に事務所を構えている会社もいるんだから入り込む余地なんかないでしょ・・・」と思っていましたが、意外とお仕事をいただけています。

その理由は「工場塗装の価格が高いこと」に、
工場の経営者や担当者が気づいているからです。



工場の構内に事務所を構える工務店や建設会社は、工場の付随工事が儲からない商売であるため、価格を高く設定しています。また、下請け業者を使う事で中間マージンがかかっているのです。価格が高くなってしまうのです。

結果として、工場を経営している側はその事に気づき、インターネットを活用して業者価格を知り、費用を抑えたがっているのです。それで弊社のホームページを見て問い合わせをしてくれているのです。弊社を選んでくださったお客様に選んだ



理由をお伺いしたところ、「工場が近いから」と「価格が安い」、そして「安全に工場の稼働を止めずに進めてくれそうだったから」という3つの理由である事が分かりました。

そこまで難しくないのが、この事からも分かります。

その結果、弊社の売上は順調に伸び続け、売上2億円だったリフォーム事業部が、5年で住宅塗装と合わせ14億円まで伸びそうな勢いです。これは営業や職人の頑張りもありますが、事業部の仕組み化ができた事に他なりません。仕組み化と言えは難しく聞こえるかもしれませんが、教科書のようにマニュアル化できれば簡単なことなので、まずはその仕組みを知るところから始めてみることをオススメいたします。 7


 株式会社船井総合研究所
 リフォーム支援部
 塗装ビジネスチーム リーダー
 田坂嘉之

工場塗装モデル新規参入 成功のストーリーを解説

工場塗装は塗装業界の高成長ブルーオーシャンマーケット!!

皆様 本冊子をお読みいただきまして誠にありがとうございます。

ここまで株式会社とちのき塗装テック 代表取締役 佐藤隆 氏の取り組み、成功企業レポートをお読みいただきましたがいかがでしょうか。申し遅れましたが、私は船井総合研究所 リフォーム支援部 塗装ビジネスチームの田坂嘉之と申します。現在、全国で塗装業を行っている会社のみなさまへ「工場塗装」を通じて業績アップのお手伝いをさせていただいております。

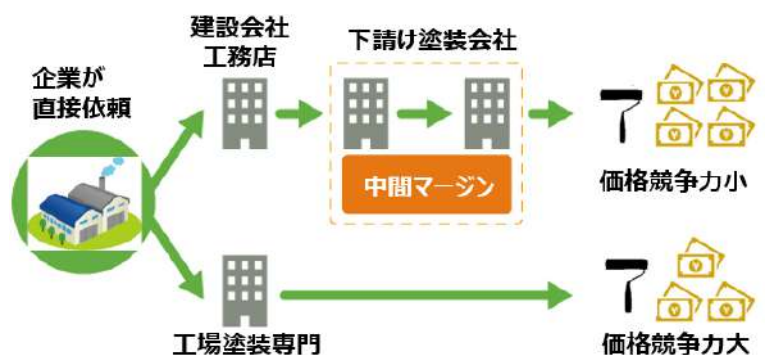
ここからは株式会社とちのき塗装テック様と全国の工場塗装専門店が行っている、業績アップについて解説させていただきます。

工場塗装に取り組むメリットはコレだ！

まず初めに、この事業は成長市場で、塗装会社が参入すると競争力が高いマーケットです。その理由は、現在工場塗装を行っている会社は、建設会社や工務店が塗装会社に丸投げしているケース、または、経営者が銀行に相談をして、施工会社を紹介するケースがほとんどであり、その場合のほとんどで中間マージンが発生しています。

その点、塗装業の場合、この事業を行うと中間マージンがなく価格競争力の点で優位に立てることになります。

中間マージンの図式



ただし、工場塗装専門店をただ立ち上げただけでは、失敗することが目に見えています。それは、佐藤社長も仰っていた通りで、この機会に最短で立ち上げができる方法をお伝えさせていただきます。

押さえるべきポイントをしっかりと理解して取り組まないと、お金と労力の無駄になってしまいますので、まずはとちのき塗装テック様が実践しているような正しい方法を習得して「工場塗装」に参入することが重要なのです。



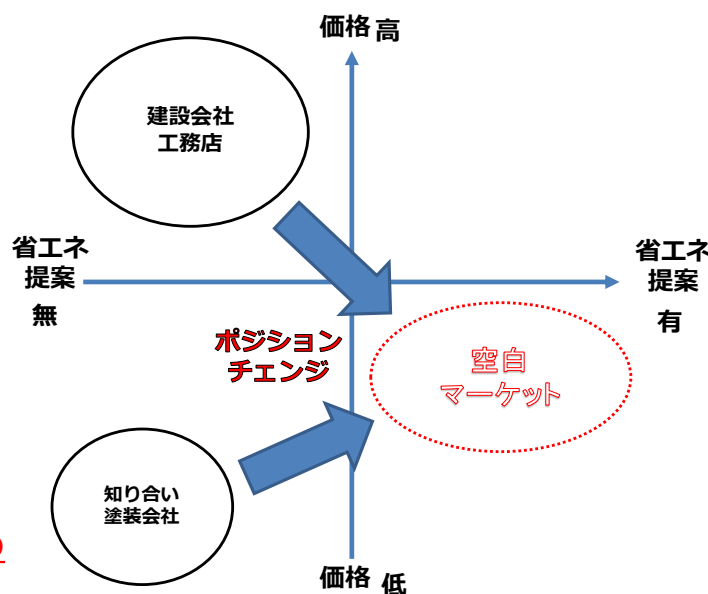
ここでは紙面レポートを通じて「工場塗装」に取り組む3つのポイントをお伝えしていきます。

1 工場塗装専門店は「集客」が一番大切

工場の経営者様、担当者様がターゲットになります。ターゲットに対して集客を行い、元請け化していく必要があります。元請け化をするにあたっては、自社で販促をしなければいけません。販促をする中で大切なことは**他社との違いを明確にして表現する事**なのです。

右図を見ていただけると分かる通り、

建設会社工務店は価格が高いだけでなく、**塗装の事は素人**ですから、最新の塗料知識や工事知識はありません。そこで**塗装会社として最新の塗料提案や工事提案ができる**ことで、**競争優位に立つことができる**のです。



工場塗装の経営者、担当者のニーズとしては費用を抑えるのは大前提として、大切な建物を少しでも長く持たせていきたい、今の稼働を止めずに工事を安全に終わらせたい、暑さ対策も兼ねて省エネ性を発揮させランニングコストを抑えたい、立派な建物に見えるようにしたいといった様々な考えをお持ちの方が多くいらっしゃいます。

だからこそ様々な情報を仕入れた上で業者比較をされる事が多くなり、今までの会社では実現できないからこそ、インターネット検索で情報を調べることが多くなったのです。



※工場の塗装工事の検索ボリュームの推移

2 工場塗装の商品ラインナップ

工場の経営者や担当者も一旦外に出れば一般消費者です。だからこそ価格が不透明な状況だと不安になられます。住宅塗装では既に当たり前になっているパック商品化も、工場塗装専門店で出されている会社様は非常に少ないです。そこを明確に打ち出すことで、今の建設会社や工務店との価格比較が気軽にでき、内容が透明性だから「集客数」が増えるのです。

しかし、それだけでは選ばれることはないため、ポイントは、専門業者としての知見のアピールと、省エネ提案、中間マージンがないことによる低価格で高品質な塗装が提供できるところを、ホームページやDMで表現し伝わりやすい文章にすることです。

3 ターゲットを絞り、営業活動を行いやすくする

今回の工場塗装専門店は、工場の経営者様へ営業を行うこととなりますが、**ターゲットを絞ることで受注までの流れを一定にすることができます。**

大手~~企業~~工場

中小**企業**工場

決裁権者に
アプローチ可能

具体的には、**大手企業の工場**をターゲットに設定すると、決裁権者の把握が非常に難しく時間もかかってしまい、また**高度なエビデンスデータや工事の安全対策、工事管理方法も求められますが、中小企業に絞った場合は、決裁権者がある程度決まっております、工事管理等の複雑さが大手企業ほど求められません。**そのため、**受注するまでの営業フローはほとんど似たような形**になります。

初回商談

2回目商談

3回目商談

信用づくり＋現場調査
窓口担当者＋現場担当者

プラン提案＋簡易見積り
窓口担当者＋**決裁権者**

工程提示＋最終交渉
窓口担当者

この流れで**受注までの流れをマニュアル化**させていけば、社内に落とし込むことは可能です。また**営業マンにその流れを覚えてもらった**上で、その営業活動をアシストするものがツールです。そのツールで重要なものは、**工場専用アプローチブック**です。内容としては、自社の会社の説明や強みを説明すること、なぜ塗装工事をしなければならないのか、他にはどんな工法があるのか、具体的な業者の選び方はどのような方法があるのか、といった具合に**営業の一連の流れを説明できるツール**です。

これにより、営業への不安がなくなるため、営業マンは自社のことを**視覚に訴えながら説明できる**ようになり、それが営業マンにとっての武器となるため、

契約率50%が保てるという仕組みになるのです。



付録 収益構造を知る

こちらが工場塗装専門店の起ち上げから3年の事業イメージです。

★ 1 拠点あたり損益計算書（例）

※単位：千円

損益計算書（参考）		1年目	2年目	3年目
売上高		100,000,000	125,000,000	172,500,000
売上原価		65,000,000	81,250,000	112,125,000
粗利高		35,000,000	43,750,000	60,375,000
粗利率		35%	35%	35%
販管費	営業人件費	9,600,000	9,600,000	9,600,000
	事務人件費	150,000	150,000	150,000
	販売促進費	4,490,000	4,990,000	6,690,000
	地代家賃(月10万円を想定)	1,200,000	1,200,000	1,200,000
	減価償却費	500,000	500,000	500,000
	HP構築費	1,500,000	0	0
	本部経費	1,200,000	1,200,000	1,200,000
	その他経費	600,000	600,000	600,000
合 計		19,240,000	18,240,000	19,940,000
営業利益		15,760,000	25,510,000	40,435,000
営業利益率		15.8%	20.4%	23.4%
社員数	営業	2	2	2
	事務	1	1	1
合 計		3	3	3

ポイントは、初期投資の低さです。最初の投資は、DM製作費とホームページ制作費用のみで、ざっと計算すると**200万円程度**です。

初期投資の少なさは、ビジネスを行う上で重要な要素になります。

仮にこれを住宅塗装で展開した場合、10件近くの工事をこなさなければ回収できませんが、工場塗装の場合は1件当たりの平均単価が1000万円と高いことから、**たった1件の工事が取れば初期投資を回収できます**。だからこそ、年間販促費を数百万円かけたとしても**利益が残る仕組み**になるのです。

レポートをお読みいただいた経営者さまへの特別なご案内



「工場塗装専門店」を最短期間で成功する方法を大公開
具体的なノウハウをたった1日に凝縮！

【特別案内】 工場塗装専門店

ZOOMによるオンライン開催

立ち上げセミナー

2021年 11月 16日(火) 2021年 12月 6日(月)
13:00~16:30(ログイン開始12:30~)

ゲスト講師：株式会社とちのき塗装テック
代表取締役 佐藤 隆氏

経営者様の参加推奨

工場塗装モデルに取り組むために必要なスタートアップツールの紹介もあります！

■ビジネスモデル 導入マニュアル



■収支シミュレーション Excelシート



■自社商圈設定シート



■クラウド顧客管理 フォーマット

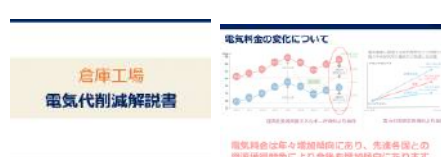


■工場塗装専門 アプローチブック



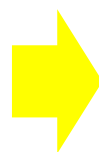
合計
24
ページ

■省エネ提案 アプローチブック



これだけあるから仕組みづくりが成功できる！

- 1 工場の塗装実績がない中での集客が分からない
- 2 営業に自信はあるが、売上の上げ方が分からない
- 3 投資しても回収できるか不安だ



これで
マルっと
解決!!

まずは本レポートをお読みいただきありがとうございました。ただ、残念ながら紙面の都合上、成功事例様の取り組みを一部しかお伝えできませんでした。そこで本レポートをお読みになり、

「工場塗装」についてもっと詳しく聞きたいと思われた経営者を対象にした**特別なセミナー**をご用意しました。

今回のセミナーでは、紙面で紹介した株式会社とちのき塗装テックの佐藤社長をお招きし、**「工場塗装専門店」参入の実行ポイント**をご披露させていただきます。このセミナーは**単なる学びの場**ではなく、**即実践できる内容**となっています。たった半日参加するだけで、「工場塗装」へ参入でき、**成功できるモデルが全て分かる講座構成**です。一見の価値があることは間違いありません。ではその内容を次のページで紹介させていただきます。

セミナーで学べる30のポイント

- | | |
|----------------------------------|--------------------------------|
| 1. 工場塗装専門店の集客方法を大公開 | 16. 他社が全く追いつけない！圧倒的差別化ポイントとは？ |
| 2. 工場塗装専門店の起ち上げ方とは？ | 17. モデル企業が実践している営業方法とは |
| 3. なぜ工場塗装は工場運営の経営者、担当に選ばれるのか？ | 18. 決裁権者を探る必殺のトーク術とは |
| 4. WEBから平均単価1000万円の案件を集める方法大公開 | 19. モデル企業が実践する最新の採用戦術とは？ |
| 5. WEB集客を成功事例させるポイントとは？ | 20. やりがいで離職率が下がる！工場塗装ビジネスの魅力 |
| 6. 工場の名簿が金脈になる？DM配布のポイント大公開。 | 21. 工場塗装バック商品づくりのポイント |
| 7. 徹底分析、伸びている企業はなぜ伸びているのか？ | 22. 伸びている会社に取り組んでいる工事ポイントとは |
| 8. 平均単価1000万円の工場塗装を集めるポイント | 23. 地域一番企業の経営者が意識する成功ポイントとは |
| 9. 塗装の最先端企業に取り組んでいる経営とは | 24. 次なる展開・将来的な展望を具体的な事例とは |
| 10. 人が集まらない不人気職種に若手が集まる秘訣とは？ | 25. これは絶対に避けたい！失敗事例！ |
| 11. 工場経営者から選ばれ続けるコンセプトとは？ | 26. 入社してすぐに活躍！？超スピード育成のポイント！ |
| 12. WEB集客で本気客になるポイントを大公開 | 27. 3回クローリングで契約できる即決営業法 |
| 13. 起ち上げで失敗しないために把握しておく×可能エリアとは？ | 28. 契約率50%超の自社が選ばれる会社案内作成方法 |
| 14. これから伸びる工場塗装需要に備えるポイントとは | 29. 船井流経営法から塗装会社の原理原則経営とは？ |
| 15. 「なんちゃって専門店」は大失敗する！赤裸々な失敗談！ | 30. これだけは押さえておきたい、大手との差別化のポイント |

※他にもお伝えするポイントは多数ございますが、紙面の都合上割愛となりました。セミナーをお楽しみに！

いかがでしょうか。このセミナーに参加することで平均単価1000万の工場塗装の集客が可能になります。また工場塗装の参入を中心に、ポイントを具体的な内容に絞って、3時間半かけて、たっぷりとお伝えします。質疑応答の時間もお取りしますので、疑問に感じることはその場で解消していただけます。

また、個別の無料相談もセミナー特典としてセットにしていますので、皆様の状況に応じた事業スタートを具体的に落とし込むことができます。

そして今回は、本事業のパイオニアとして大成功している経営者様を特別ゲスト講師としてお招きしております。

佐藤社長は大変お忙しい経営者様がゆえ、今回限りのセミナーとなっております。また秘匿性の高い情報も含まれますので、このセミナー以外では情報をお出しは致しません。これだけの最新成功事例を学ぶことは、当日のセミナーにご参加いただいた方だけの特権になります。

今がまさに時流の急成長ビジネスですので、参入のタイミングを逃さないようにご注意ください。たった半日のセミナーを活用して新たな収益の柱を作るのか、現状維持で今後の事業を行うのか。

是非このチャンスを掴み取ってください。

どうぞ、この機会を

お見逃しなくご参加ください。

株式会社船井総合研究所
塗装ビジネスチーム リーダー

田坂 嘉之

工場塗装専門店立ち上げセミナー

講座内容 &
スケジュール

オンライン開催 2021年 11月 16日(火)・12月 6日(月)

講座

セミナー内容

第1講座

13:00

～

13:50

2021年の時流と工場塗装モデルの全貌

- ポイント① 塗装会社の時流から今取り組むことを解説
- ポイント② 成長ビジネスで空白マーケットの工場塗装とは？
- ポイント③ 工場塗装専門店の立ち上げのポイント

リフォーム支援部 塗装ビジネスチーム リーダー

前職は食品工場工場長 & トラックドライバー & 中小企業取締役を得て、2013年に船井総研に中途入社。塗装業界で最も難しいと言われる「リアル集客×塗装専門WEB集客×ショールーム集客」のエキスパート。売上1億円～80億円企業まで多数の成功事例企業を輩出していることで知られている。



田坂嘉之

第2講座

14:00

～

14:50

住宅塗装×工場塗装専門店で14億円を達成した秘訣大公開

- ポイント① 売上14億円になった塗装会社社長が語る未来経営
- ポイント② 月5件の工場塗装見積を集めるために行った集客術
- ポイント③ 工場塗装が50%以上成約できる幻の営業法とは？
- ポイント④ 平均単価1000万円を超える高単価を受注できる秘訣
- ポイント⑤ 粗利率40%を達成できる商品づくりの秘訣を公開

株式会社とちのき塗装テック

栃木県にて会社設立。グループ会社では、元請けで住宅塗装事業を行い売上10億円超。2021年には工場塗装専門店を業態付加され、売上がますます増え、より高生産性体質となり、塗装業界で注目されている1社となっている。



代表取締役
佐藤 隆氏



執行役員 石橋 達夫氏

ゲスト
W講師

第3講座

15:00

～

15:50

平均単価1000万円の集客手法を公開

- ポイント① 月5件を集める工場塗装の集客戦略大公開
- ポイント② 平均単価1000万円のWEBがカギを握るノウハウ公開
- ポイント③ 当たるDMのポイントを公開

リフォーム支援部 塗装ビジネスチーム



谷 光紀

まとめ講座

16:00

～

16:30

行き先不透明な時代における新規事業参入戦略

リフォーム支援部 マネージングディレクター

マネージングディレクターとして、塗装業界・リフォーム業界のビジネスモデル開発の責任者として従事。外壁塗装会社を地域一番店化するビジネスモデルの開発をして、全国140社の地域1番店化を推進している。WEB集客、ショールーム開発、営業の即戦力化を軸に、外壁塗装会社の地域1番店の成功事例も多く輩出している。外壁塗装会社のサポート企業先は、年商1億～年商30億と規模感は幅広い、トータル的にサポートを実施している。



久山 勇人

お申し込み方法

右記のQRコードを読み取っていただき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。WEBページにはもっと詳しい内容と特典が付いておりますので、ぜひご覧ください。



【日程・会場】オンライン受講

2021年11月16日(火) 申し込み締切日: 11月12日(金)
2021年12月 6日(月) 申し込み締切日: 12月 2日(木)
各日程 13:00～16:30 (ログイン開始12:30より)

【受講料】

一般価格 税抜20,000円(税込22,000円) / 1名
会員価格 税抜16,000円(税込17,600円) / 1名

船井総研 塗装 検索

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/075117>

工場塗装専門店立ち上げセミナーのご案内

拝啓 貴社益々ご隆盛のこととお慶び申し上げます。

突然のお手紙で失礼いたします。株式会社 船井総合研究所の、田坂嘉之と申します。

ぜひ見ていただきたい内容があり、DMを郵送させていただいております。

その内容は、「工場塗装」という分野でございます。

塗装事業経営者の皆様、以前より受注が取りづらいつと感じていませんか？

「塗装事業を伸ばしたい、売上を安定させたいけど、なかなか受注が取れない」

という課題を感じておられる方も多いのではないのでしょうか。その要因は、塗装業界が不況下に置かれている現状にあります。そして今後、市場の衰退が加速し、ますます安定した受注は難しくなると思います。

だからこそ、次の時流に合わせたビジネスモデルの転換が必要となります。

そのビジネスモデルこそが「工場塗装専門店」でございます。

本セミナーでは、工場塗装で平均単価1000万円・粗利率40%を実現されている会社の経営者様にご登壇いただき、成功の秘訣を存分にお話いただきます。また、弊社のコンサルタントが、塗装業界の時流に沿った最新事例や、高単価集客の戦略やポイントを余すことなくお話しさせていただきます。

この度は、多くの塗装業者様と日々関わらせていただいている私どもの立場から、不景気かつ、塗装市場の低迷による不安定な業績に悩んでおられる経営者様にとって、少しでもお役に立てればという想いで、「最新時流である工場塗装で成功されている会社様の取り組み」に関するセミナーについてのご案内をさせていただきました。より詳細な内容を知りたい方は、同封のレポートをぜひご一読ください。本セミナーの概要や、工場塗装に取り組むメリットなどをまとめさせていただきます。

工場塗装はまさに今が時流の急成長ビジネスですので、参入のタイミングを逃さないようにご注意ください。

どうぞ、この機会をお見逃しなくご参加ください。

株式会社 船井総合研究所

リフォーム支援部 塗装ビジネスチーム リーダー 田坂 嘉之

知ってる経営者だけが業績を上げている！ 工場塗装ビジネスの実態とは？！

たくさんの**塗装会社様**が**続々**と**業績**を伸ばしています！
ー各企業が取り組んでいるノウハウも大公開!!ー

株式会社片山



工場塗装の売上で+1.0億円！
滋賀県にて続伸中!!

株式会社ハウスメイク牛久



2021年5月～工場塗装スタート
WEB集客で月1件獲得中!!

この各社の状況を見て、どのように感じられたでしょうか？

このように工場塗装事業に本腰を入れて、いち早く取り組まれたことで、既に成果を出されている会社が全国各地に少しずつ増えています。

「工場塗装は中途半端に行なっている会社が多いため、実は空白マーケットで、単価も1000万円で住宅塗装に比べて非常に効率が良い」という声もいただいています。

上記でご紹介している事例は、実は特別な事例ではありません。工場塗装ビジネスの「成功のコツ」さえ押さえて行えば、どの会社様でも同じように業績を上げられると確信しています。基本を押さえて、やるべき時に正しい方法で取り組みれば、どの会社でも着実に成果は上がるのです。

→次のページへ

工場のリフォーム工事は年間315万件！ このうち、塗装ビジネスは儲かる有望マーケット！

住宅、非住宅を含めて、リフォーム市場は5兆円を超えるビッグマーケットと言われています。その中には、住宅の水廻りリフォームや小工事、増改築等ありますが、工場のリフォーム市場は相当な規模があると言われています。

これだけの市場規模でありながら、なぜあなたの会社の近くには工場塗装で成功している会社が少ないのでしょうか？

その理由の一つとしては、「工場塗装はひも付きの建設会社や工務店がいて、そこが受注しているから下請けしかできないし、集客なんかできない」という声があります。もともとの流れはそうでしたが、今はコロナ禍で企業も余裕がなくなり、少しずつ工場のリフォーム市場が変わってきたようです。

このレポートをお読みの方には、過去に工場塗装集客に取り組まれた方もいらっしゃると思いますが、結局集客ができずにお金を捨てただけで、DMなどの集客をやめられた会社は多くいらっしゃるのではないのでしょうか？

なぜ同じ事をしても成功する会社と、成功できない会社に分かれるのでしょうか？

それは時流の変化と商売のポイントを押さえられていないからです。戸建て塗装ビジネスで成功するためには、「客数」を上げる事が重要なポイントです。お客様が集まらなければ、何もはじまりません。いくら契約率が高くても、売上は上がりません。

だからこそ、集客に徹底的に力を入れて集めることが先決なのです。

- ①工場のオーナーが続々と集まるDM
- ②迷い客が話を聞きたくなるWEBサイト&テレアポ
- ③他社と差別化された商品づくり

以上の3つを愚直にやり続け、集客システムを構築できると間違いなく集客はうまくいき、売上が上がるようになります。

残念ながら開催は今回限り！ 不況期でも業績を伸ばす！ 工場塗装専門店立ち上げセミナー

- ☐ 元請け比率が10%未満で、下請け中心になっている
- ☐ 毎月、工事をもらうために元請けに仕事の電話をしている
- ☐ 工場塗装の集客が年間1件もできない
- ☐ 戸建て住宅塗装以外で儲かる次の一手を探している
- ☐ 営業マンの採用・育成・定着がうまくいかない

いろんな悩みを抱えている経営者様は多いと思います。

ただ、この悩みと正面から向き合い、本気で解決しようと思い、はじめの一步をいかに早くに踏み出せるかが、塗装ビジネスで成功できるポイントです。

きっとこのレポートをとっていただいた方は、自社の未来を何とかしたいと思って見ていただいたのだと思います。

「会社は経営者で99.9%決まります」

これは弊社の創業者である船井幸雄の言葉です。業績を向上させるためには、会社の経営者ご自身の決断が非常に重要となります。

今回のセミナーはゲストの、とちのき塗装テック様の生の声を実際に聞いていただき、そして具体的に何をやったのかを聞けるまたとないチャンスです。

また今回はzoomシステムの都合上、ご用意できるアカウント数が20名様限りとなっております。毎回満席になることを想定し、事前予約をされる方もいらっしゃると思います。このレポートをご覧になられましたら、本DM別紙の用紙にありますQRコードを読み込み、早めにお申込みください。工場塗装事業を「収益の柱にしたい」とお考えの経営者様にお会いできることを心より楽しみにしております。



株式会社船井総合研究所
塗装ビジネスチーム
リーダー
田坂 嘉之

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。

工場塗装専門店立ち上げセミナー

お問い合わせNo. S075117

開催要項

オンラインにてご参加 ※各回、同じ内容です。ご都合のよい日時をお選びください。

日時

2021年 **11月16日** (火) 開始 終了
お申込期限: **11月12日** (金) **13:00 ▶ 16:30** (ログイン開始12:30より)

2021年 **12月6日** (月) 開始 終了
お申込期限: **12月2日** (木) **13:00 ▶ 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。

オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。
Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 web参加」で検索Q

受講料

一般価格 税抜 20,000円 (税込 **22,000円**) / 一名様

会員価格 税抜 16,000円 (税込 **17,600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営業日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。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。それ以降は下記船井総研セミナー事務局宛にメール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。クレジット決済が可能です。受講票はWEB上でご確認ください。
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.075117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

Funai Soken

株式会社 船井総合研究所

船井総研セミナー事務局

E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp

【TEL】0120-964-000(平日9:30~17:30) ●申し込みに関するお問い合わせ：横田 ●内容に関するお問い合わせ：田坂

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。

お申込みはこちらからお願いいたします

2021年**11月16日** (火)

お申込期限：11月12日 (金)

2021年**12月6日** (月)

お申込期限：12月2日 (木)

