

講座	セミナー内容
第1講座 13:00 14:10	塗装店が圧倒的一番店になるためのビジネスモデルの全貌 ポイント① デジタルを活用して業績を伸ばす次世代型の経営戦略 ポイント② 一番店が投資するデジタル投資額・率を公開 ポイント③ 他社と差別化するデジタル型マーケティングを公開 株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 外装ビジネスグループ マネージャー 田坂 嘉之
第2講座 14:20 17:30	塗装チャンピオン企業の成功事例大公開 株式会社 郡山塗装 代表取締役 佐藤 隆氏 株式会社 アークス 代表取締役 下田 昌孝氏 株式会社 トラスト 代表取締役社長 濱口 祐樹氏 特別ゲスト講座 ポイント① DXを活用した次世代型一番店会社6社を紹介 ポイント② デジタル×マーケティング事例公開 ポイント③ デジタル×マネジメント事例公開 株式会社 鬼澤塗装店 代表取締役 鬼澤 竜治氏 株式会社 ユタカペイント 代表取締役 金井 裕氏 株式会社 福岡ペイント 代表取締役 新見 健造氏
まとめ講座 17:40 18:00	本日のまとめ 永続企業づくりを公開 株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 マネージング・ディレクター 久山 勇人

開催要項	※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。
日時・会場 オンライン開催	2022年11月21日(月) お申込期限: 11月17日(木) 開始 13:00 ▶ 終了 18:00 (ログイン開始 12:30より) 2022年11月25日(金) お申込期限: 11月21日(月) 開始 13:00 ▶ 終了 18:00 (ログイン開始 12:30より) 2022年11月28日(月) お申込期限: 11月24日(木) 開始 13:00 ▶ 終了 18:00 (ログイン開始 12:30より) ※全日程とも内容は同じです。ご都合のよい日程をお選びください。 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
受講料	一般価格 税抜10,000円(税込11,000円)/1名様 会員価格 税抜 8,000円(税込 8,800円)/1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手元に届かない場合や、セミナー開催4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。尚、ご入金が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。●ご参加を取り消される場合は、開催3日前まではマイページよりキャンセルをお願いいたします。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)へご入会中のお客さまのお申込みにも適用となります。
お申込み方法	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) ●申込みに関するお問合せ: 横田 ●内容に関するお問合せ: 田坂 ※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索してご確認ください。

お申込みはこちらからお願いいたします。

右記のQRコードを読み取りいただきWebページのお申込みフォームよりお申込みくださいませ。Webページにはもっと詳しい内容と特典がついておりますので、ぜひご覧ください。

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/078958>

船井総研 078958

検索



これが新たな 時流成功手法

デジタル
集客×採用
チャンピオン

年間戸建
売上 18億円

※2022年に出品した2店舗の売上除く

福島県
郡山市 株式会社郡山塗装
代表取締役 佐藤 隆氏

デジタル
施工管理
チャンピオン

年間戸建
売上 5億円

埼玉県
草加市 株式会社アークス
代表取締役 下田 昌孝氏

デジタル
マネジメント経営
チャンピオン

年間戸建
売上 5.5億円

長野県
長野市 株式会社トラスト
代表取締役社長 濱口 祐樹氏

デジタル
塗装一番店の
戦略

2022年

全国塗装
新チャンピオン
フェスティバル

デジタル
Web×SNS集客
チャンピオン

月間Web
集客数 50件/月

宮城県
仙台市 株式会社鬼澤塗装店
代表取締役 鬼澤 竜治氏

ファン化戦略
OB集客
チャンピオン

OB
リピート率 50%

群馬県
高崎市 株式会社ユタカペイント
代表取締役 金井 裕氏

デジタル
近隣集客
チャンピオン

年間戸建
売上 2億円

福岡県
福岡市 株式会社福岡ペイント
代表取締役 新見 健造氏

2022年の悩みを解決!!

- 最新の成功事例が知りたい
- 2021年・2022年売上が伸びなかった
- 決算が赤字で利益が出ていない
- 相見積もりが増加し安売りにしている
- 競合が似たような販促をしている
- ポータルサイトに頼っている
- ホームページで月10件の集客ができない
- 下請け依存から中々脱却できない
- 職人・営業の採用ができない
- 倉庫に塗料が山積みになっている

完全
オンライン × リアルタイム
質問応答

好評につき
アンコール開催

受講料 一般価格 税抜 10,000円(税込11,000円)/1名様 会員価格 税抜 8,000円(税込8,800円)/1名様

オンライン
セミナー 2022年
11月21日・25日・28日 13:00~18:00
(ログイン開始12:30より)

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様、および関係者の皆様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 Fundai Soken
 全国塗装チャンピオンフェスティバル お問い合わせNo.S092814
 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」を明記の上、ご連絡ください。
 株式会社船井総合研究所 〒541-0041大阪府中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

Webからお申込みいただけます。(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。)→ 078958

先行き不透明(VUCA)時代の経営戦略

「これから、どうなるんでしょうか？なんか、、、色々大変ですね」

これは、ある塗装会社の社長が言った何気ない言葉です。

先行き不透明、コロナの収束、新しいデジタル化の流れ、少子高齢化問題、2025年の壁問題、日本経済の成熟、政治不安、M&Aの活況など、あらゆる問題と時代に経営を変容させていく流れがあり、未来に対しての不安さ思わず出てしまった言葉だと思います。

こんな未来に正しく経営をして、高い確率で成功をする新しい経営戦略と手法と事例をこのレポートではご紹介したいと思います。

今、世の中はVUCA時代（ブーカ）と言われています。

VUCA時代とは、市場やビジネス環境などあらゆる環境が変化し、将来の予測が難しくなっている状況を意味する言葉です。

Volatility：変動性、Uncertainty：不確実性、Complexity：複雑性、Ambiguity：曖昧性という4つの単語の頭文字から成ります。

これからどうなるか？は予測しにくい時代です。

そんな中で成功し続けるには？

企業として業績を上げ続けるには？

社員の未来を創り続けるには？

この問いに答えていかなければなりません。

そして、この答えは「今、成功している企業から学ぶ」これにつきます！

未来を創るには、今を創らなければなりません。

今、成功している会社は未来も成功する可能性が高いです。

ですから、今、成功している企業を学び、自社に落とし込んで欲しいと思います。

そしてこれが、こんな時代に成功している塗装会社6社の成功事例になります。

①デジタル集客×採用で売上18億の福島県 株式会社郡山塗装

※2022年に出店した2店舗の売上除く

②デジタル施工管理で売上5億の埼玉県 株式会社アークス

③デジタルマネジメント経営で売上5.5億の長野県 株式会社トラスト

④デジタルWeb×SNSで月50件の宮城県 株式会社鬼澤塗装店

⑤ファン化戦略×OB戦略でリピート率50%の群馬県 株式会社ユタカペイント

⑥デジタル近隣集客で売上2億の福岡県 株式会社福岡ペイント

塗装業界でデジタル化の流れに乗り、今、成功している企業の戦略・手法を余すことなく大公開します。

この内容が少しでも皆様の業績アップにつながることを、そして2022年・2023年が最高の年になるように心より願っています！

では、早速レポートをお読みください。

デジタル採用・教育



成功事例

埼玉県草加市
株式会社アークス
代表取締役 下田 昌孝氏

デジタル採用・教育により たったの2年で年商3.6億円を達成！早期育成の秘訣！

住宅塗装事業参入前は2人の企業でしたが、参入から2年経ち、14人にまで社員数を増やしました。

売上の1%程度を採用費・教育費としてあてて、積極的に人材投資を行なっています。昨年対比で集客は170%成長、契約高は190%成長しました。この業績アップを支えたのは、思い切った人材への投資と業務の分業体制の構築です。

現在では、そもそも私を含む2名で行なっていたすべての業務を見直し、分業体制を構築しています。

見積書や診断報告書をはじめとする商談以外の業務を事務員に行なってもらえる仕組みをつくり、さらにシステムなどのデジタルへも投資を行なうことで、業界未経験者でも早期の習熟・戦力化を行なうことに繋がりました。

また、こういった取り組みにより、女性や若手の成長が目覚ましい職場環境となっています。

今年
業務の分業化・
専任化により早期での
育成が可能に

未来戦略
従業員20名
年商10億円企業を
目指して

アークスは、ここ数年で急速に進化をしてきました。現在は埼玉県草加市・三郷市に2店舗のショールームを展開しています。

私たちが目標とする年商10億円企業に向けては、今後「人材への投資」がカギを握ると考えています。そのために、より働きやすい環境づくりとして、デジタルへの投資や制度づくりを行なってまいります。

今後もアークスは塗装専門店としてブレずに一本、地域に貢献しながら日々邁進していく所存です。そして、より多くのお客様が「感動」する塗装の体験をしていただくべく、活動できる地域を拡大していくことが目標です。

まずは営業担当者の育成に力を入れ、そして、人員が育った際には更に店舗を展開し、さらなる成長を達成していきたいと思っています。

なかなか人材が定着しない...



10年前
属人的な会社体制で
未経験社員の採用・
定着が難しい

私は塗装職人として長年、塗装業界一筋で携わってきました。その結果、今では多くの仲間と共に、さらなる価値を提供できるような土台ができてきました。しかし、会社を設立した2010年当初は人も少なく、目の前の仕事に追われている日々でした。

会社を支えるのは、「人材」です。会社を成長させるためには、アークスの理念に共感し、働きやすい環境を整え、育成を行なう必要があります。しかし、当時は知り合いからの紹介や多くの求人広告を試し、職人・営業・事務などさまざまなメンバーの採用ができて、入社しては退職を繰り返す、なかなか定着しませんでした。

当時は育成環境も整っておらず、属人的な体制でした。モデル社員もおらず、業務も標準化されておらず、業界未経験であれば戦力となるのに時間がかかってしまうような状況でした。

未経験社員の即戦力化、さまざまな人材が活躍できる会社体制づくりが必要でした。

1年前
少人数で
膨大な件数の対応や
現場に追われて...

2年前、元請け事業に本格的に取り組み始めました。順調にお客様からの引き合いも増え、初年度で1.8億円の売上を達成することができました。

しかし、すべての案件対応とそれにかかわる業務のほとんどを、私ともう一人の従業員で行なっていました。従業員への負荷が高く、時には残業を強いられるを得ない場面もありました。元請け事業を0から現在3.6億円まで伸ばすことができましたが、一昨年前の1.8億円からここまで事業を成長させることができたのは、間違いなく「人材への投資」を行なってきたからです。

塗装事業は、よく売上公式を次のように記載する場合があると思います。

- ・売上＝現調数×契約率×客単価
- しかし、同モデルは
- ・売上＝営業一人当たりの売上

×営業担当者数
でもありません。しっかり採用・育成ができることも事業を成長させることができます。

成功事例

福岡県福岡市
株式会社福岡ペイント
代表取締役 新見 健造氏



たったの1年で年商2億円 足場の下請けから塗装で元請化！

私はすぐにショールームを作る決断をしました。ショールームがあることで、徐々に成約率に変化が見えてきました。さらに、競合他社はWebサイトがあり、チラシを配布していたので私もポータルサイトではなく、中間マージンの無い自社集客を始めました。

ショールームを作り、自社集客に切り替えると大きな変化がありました。成約率が大きく変化し、利益率も大幅に改善することができました。ポータルサイトだけで集客していた時は月に1件程度の受注数でしたが、自社集客に切り替えると月平均12件も成約することができるようになり、起ち上げ1年目で1.5億円の事業へと急成長させることができたのです。

1年前
ショールームを構える
自社集客に目を付け、
徐々に変化が…

今では、私は営業活動を行わずともショールームと自社集客のおかげで従業員も増え、仕組みで回すことができます。

今期の着地売上は、足場で8000万円。塗装で2億円です。

足場と塗装は連動するため、足場会社を持つことは、価格競争にも優位に働くことを含め、かなり大きなメリットがあります。

今後は、足場だけでなく、もちろん塗装にも力を入れていきます。

私たちの強みでもある「足場会社」「反響型のデジタル集客」をはじめ、圧倒的地域一番店を目指し、地域の皆様のために精一杯頑張ります！

目標は、残り4年で全事業合わせ売上10億円！

塗装業を始めたときに決意した目標ですが、今後もこの目標に向け、邁進してまいります。

未来戦略
残り4年で目標は
10億円！足場も塗装も
地域で一番に！

職人のために将来を残したくても、 利益が残らない…

3年前までは、私は美容師をしておりました。ある日、知人に「足場職人が周りにいるのだから、足場会社すれば？」という一言がきっかけとなり、足場会社を始めました。

足場会社を始めた当初の年商は、2000万円。基本的に足場の一次受けを担うことはなく、全て二次受け、三次受けの仕事でこなす毎日です。

足場仕事を頑張ってくれている職人たちに、「なんとかして将来性を見出してあげたい。」と思う毎日でした。

しかし、私自身が職人ではなかったため、どうしても二次受け・三次受けの業務が多くなり、いくら現場をこなしても利益は増えないという負の連鎖でした。

「当時の利益は約5%」

その利益では、人件費でほとんどなくなってしまいます。

利益も減り、将来性がなくなり、最終的に職人の中で退職者も出てきました。そんな負の連鎖を脱出したいと毎日考え、悩んだものです。

3年前
美容師から足場会社を
起ち上げるものの、
苦勞の毎日でした。

そんな中、私が考え出した一つの答えは、塗装会社に直接伺い、一次受けになることです。しかし、結果は門前払いでした。

それならば、自分で住宅塗装の営業を行ない、足場の現場を増やそうと考えました。

塗装で元請け化すれば、足場の二次受けを脱却でき、足場の仕事も増えると考えましたが、初めはポータルサイトを活用し、案件を獲得していました。

しかし、すぐに限界は来ました。理由は二つあり、一つ目は、ポータルサイトを活用しているためか、成約が全くできないということ。二つ目は、私一人で営業を行っていたため、足場事業との両立ができないということです。

そのため、塗装業に手は出したものの、利益はつくることができず、何とかできないかと悩む日々が続きました。

2年前
塗装を始めるものの、
ポータルサイト案件では
利益が安定しません。



成功事例

長野県長野市
株式会社トラスト
代表取締役社長 濱口 祐樹氏



経営数値の見える化によって、業績アップの改善策が「数字」に基づいて検討可能となりました！

売れない従業員は忙しさから辞めていき、売れる従業員は独立の道を選択して辞めていくという負の循環。

また、社内の紙もなくなりようになっています。いわゆるペーパーレス化です。これを進めたことによって、紙では管理できなかった数値がデータとして集計できるようになったため、より一層「数字」に基づいたデジタルマネジメント経営が推進できています。

そこで「経験と勘」ではなく、「数字」に基づいたデジタルマネジメント経営の仕組みづくりを行ない始めました。具体的に何をしたらという、経営数値の見える化です。各店舗ごとの売り上げ数値や、各営業マンごとの数値などをすべてグラフにして、モニターで確認できるようにしました。これによって数字が「視覚的に一目」でわかるようになり、社内の数値意識が高まり、数値改善の対策が立てやすくなりました。

自社集客の仕組みを確立し、採用・育成の体制も少しずつ仕組み化ができました。しかし、その仕組みの中身は長年の「経験と勘」に頼っており、属人的なものとなっていました。規模拡大に伴い、3店舗を運営するまでとなりましたが、この属人的なマネジメントが課題となっていました。

2年前
業績アップを
加速させる
デジタルマネジメント

しかし、仕組みがあるからといって簡単に拡大できるわけではないと私は思っています。拡大していくためには、人材の力が必要不可欠です。中小企業は人材確保が業績アップの壁となることが多いです。そんな状況だからこそ、人材採用・人材育成にはこれまで以上に力を入れていく必要があります。前述した通り、反響型塗装営業にしてから新卒採用も始めています。希望に満ち溢れたまっさらな若い力が、トラストをさらに成長させてくれると感じています。

トラストの目指す先に共感してくれる仲間とともに、「長野県で一番の塗装店はトラストだよ」といっていただければ、これからも全力で進んでいきます！

これまでさまざまな困難を乗り越えながら、なんとかここまでやってこれました。これからは「拡大」させていくことに注力しようと考えています。反響型の塗装営業の仕組み化や、デジタルマネジメント経営もできるようにしてきました。後はそれらを展開していくのみです。

未来戦略
多店舗化を進め
長野県一番の
塗装店になる

このままでは業績を伸ばすどころか、いずれは倒産するだろうという不安が頭をよぎるようになりました。毎年、業績の予測がつかず、事業計画をつくることもできずに会社が持続的に成長するイメージを持てずにいました。現状の打開策を見出せぬまま、従業員を採用して育成しては辞めていくということが何年も続きました。

しかし、売れない従業員は忙しさから辞めていき、売れる従業員は独立の道を選択して辞めていくという繰り返しの状況で、従業員が定着しないことから売り上げが安定しない、売り上げに限界があるという大きな悩みがありました。従業員にも恵まれ、順調に業績も伸びており、年商2億円を達成する年もありました。

5年前
訪問販売時代の
年商拡大と
人材の離脱

反響型には変えることで地域の皆様に会社の名前が浸透し始めたので、新卒社員を採用することもできるようになりました。現在では、事業計画を立てながら計画通りに業績を伸ばすことができている、今期は4.3億円の売上を計上できました。

反響型では、訪問販売とは違い訪問しなくて良いので、従業員にそれほど負担がかかりません。また、外壁塗装工事を検討しているお客様からしか問い合わせがないため、営業力もそれほど必要でなく、新人営業マンも短い育成期間で売ることができるようになる営業の仕組み化を行なうことができました。

3年前
反響型塗装営業に
取り組むことで
人材定着

このままではいけないと思っていた時に、反響型の住宅塗装ビジネスモデルを知りました。訪問販売のように、負担が大きいビジネスモデルでは人材が定着しないと思っていたため、思い切って反響型の住宅塗装に舵を切りました。

ファン化戦略・OB集客



群馬県高崎市
株式会社ユタカペイント
代表取締役 金井 裕氏



小商圈への絞り込みで年商1.5億円 粗利率を改善で業績が右肩上がり!!

元請け会社は技術なんて見向きもしてくれませんでした。お客様は私たちの技術や資格を見て選んでくれるのです。「もうけ」が増えるだけでなく、下請け時代の苦勞が実ったこと、その苦勞を評価してくれるお客様に出会えるので、元請け化して本当に良かったと感じています。

元請け化することで一番変わったことは、やっぱり「もうけ」です。例えば100万円の工事を行えば、職人の賃金や材料のお金を抜いても60万円は「もうけ」として残ります。「もうけ」が増えたことで、頑張ってきた職人にも、今では年に2回のボーナスまで支払うことができるようになりました。さらに、下請け時代に苦勞して培った技術や、取得した資格は無駄じゃないかと元請け化してようやく気付きました。

2年前
「もうけ」が増え、職人の
給与も増え、下請け
時代の苦勞が実りました!

私たちがユタカペイントは現状に満足することなく、顧客満足度と従業員満足度のさらなる向上と圧倒的地域一番店を目指して、今後も成長し続けていきます。

理由はより安定した経営をするため、そして塗装工事を通じて全ての人と深く関わっていきたくて考えているからです。

お互いを刺激しあって精神的に成長し、この事業を通じて地域社会発展に貢献することで、塗装業界の施工品質を向上させ、業界へのイメージを良くしていきたいと考えております。特に建築業界の働き方も改革を進めていき、従業員がプライベートも幸せになれるように力を入れていきたいと思っています。

そのために、今では週休二日制や残業0で18時には完全退社、職人も有給を取得していただくなどの施策を実施しています。

また、今後は戸建て塗装事業に加えて、アパート・マンションの大規模修繕にも積極的に取り組んでいきます。

未来戦略
圧倒的地域一番店を
目指し、従業員の幸せを
追求していきます。

一所懸命働いても、元請け会社を 変えても【もうけ】が全然増えない。

職人親方になってからは、別業者に負けないように、技術力を磨きながら丁寧な施工を続けていました。真面目な仕事を続けていれば、いずれ会社は大きくなると信じて愚直に働き続けました。そのおかげで年商1億円を突破する事ができました。

しかし、「もうけ」がほとんど残っていないのです。

このままではいけないと、元請け会社を変えたり、大手会社とお付き合いするために一級塗装技能士を取得し、県の建設業許可証も取得しました。とにかく、技術を磨きました。それでも「もうけ」に変化はありません。少しでも手間代を高くすると別業者に依頼されるため、元請け会社を変えても「もうけ」は増えません。

さらに大手会社と付き合いを始めても、大手会社は誓約が多くなるだけで金額はほとんど変わりません。むしろ社会保険等に入らないといけないので「もうけ」は少なくなるだけでした。

15年前
休みなしで下請け工事を
行なっても、もうけが
出ない会社でした。

「このままではいけない」
漠然とした将来の不安がずっと心の中にありました。

「もうけ」を増やすために職人親方になったのに、結局「もうけ」が増えていない生活が嫌で、もう一度決心をしました。元請け化する決心了。

当然、やり方なんてわからないので見よう見まねでチラシを配布してみました。すると、3組のお客様からお電話をいただいたのです。

少し手応えを感じた私は、お客様からお電話をいただくためにどうすれば良いのか情報を始めました。

近くに塗装ショールームがある会社の足場をよく見ることで気付いた私は、思い切って銀行から融資を受けました。

そして、その融資を利用して塗装ショールームを建てました。

今思い返すと、この決断が大きな分岐点になったと思います。なんとショールームを建てただけで同じチラシにもかかわらず、10組のお客様にお電話いただいたのです。

5年前
「職人親方から経営者
になる」決心が
大きな分岐点でした。



成功事例

宮城県仙台市
株式会社鬼澤塗装店
代表取締役 鬼澤 竜治氏

たった2年でWeb集客数月10件から月50件に！！

元々チラシと比べても費用対効果がよかったので、効果がまだ不安定な時から思い切った投資をしたことが今につながっていると感じています。現在ではコロナウイルスの影響もあり、元々メイン集客の一つであったショールームイベントを行ないにくくなっていたので、キャンペーン型に切り替えてWeb連動させたことが、直近で集客が大幅に伸びた要因の一つとなりました。

今では、当時の倍近い月100件の集客ができていますので、ショールーム出店やデジタル投資に集中投下して本当に良かったと思っています。

2年前
費用対効果の高い
Webへの投資に
集中投下

最近ではマーケティングの担当者も登用し、新卒採用も始めました。これから人材の底上げに注力し、人も増やし、社内教育体制もより一層強化していきます。現在の売上の倍近い10億円企業を目指すためには、まだまだ多くの乗り越えなければいけない壁がありますが、社員一同一丸となって取り組んでいければと思います。

そのためには更なる集客数アップが必要になるので、今まで行なってきたWeb集客に加えて、YouTubeを活用したファンづくりのための戦略も担当者を育成しながら取り組んでいこうと思っています。これからの時代、動画活用は必須になっていくので、先行して取り組んでいけばそれだけ他社との差別化になるので、2年前の決断同様、未来に向けての決断をしていきます。

未来戦略
仙台市内4店舗運営で
地域一番店の
10億円企業を目指す

人は増えても業績は徐々にしか上がらない



25年前に、地元山形を離れてのれん分けに近い形で、宮城県仙台市にて「鬼澤塗装店 山形」として開業。

父から受け継いだ職人としての誇りを胸に、地域密着でお客様に満足いただけるような塗装を提供できるようにという思いで15年前には法人化もしました。

15年前
独立して10年
株式会社化

5年前には念願の自社社屋兼ショールームも出店し、販促投資も積極的に行なうようになりました。

当時、既にあったHPの活用やショールームでのイベント、定番チラシの配布など、当時考えられるだけの取り組みには取り組んでいきました。

当時はまだちゃんとしたHPを持っていなかったり、ショールームを構えている塗装店というのも物珍しく、多くの反響をいただくことができました。

しかし、多くの塗装会社がショールームやHPを持つようになり、他社にもお客様が流れるようになり、徐々に反響率が鈍くなっていきました。そこで販促投資のやり方も考え直す必要ができました。

5年前
1店舗目の
ショールーム出店、
販促投資も積極的



デジタル集客×採用



塗装業界の中でも早期にデジタル集客に注力。若手の採用・育成に注力し、将来の成長スピードを底上げする！

郡山塗装では、新卒採用にも力を入れています。数ある企業の中から「郡山塗装」という塗装会社を選んでくれた。つまり、新卒で入社してきた子たちは、「郡山塗装」の目指す先に心から共感してくれている人材ということなんです。確かに、はじめから第一線で活躍してもらえなければなりません。しかし、年数が経つにつれ、強力なエンジンとなつて郡山塗装を引っ張ってくれています。

また、2021年には職人研修センターも設立しました。塗装職人として入社した社員は、必ずここで学んでもらっています。現場が終わった後も意欲的に学んでくれます。塗装職人として一流になるためには、3年から5年かかるといわれています。しかし、郡山塗装はこの職人研修センターを活用して一流とはいかないまでも、一流の一個上のレベルまで1年で到達できるようにしています。

私は郡山塗装の若い力がさらなる飛躍を起してくれると確信しています。

2年前 新卒採用による 未来を担う 人材への投資

さらなる業績アップのためには、具体的な施策は大切です。現在の郡山塗装では、M&Aを行ったり、工場塗装ビジネスに取り組み始めております。新たな種はまき続けています。

しかし、それだけでは会社は大きくはなっていないと私は思っております。会社は「人」によってできているからです。そして、その「人」の力を最大限に発揮するためには、会社の夢や未来予想図を社長が話し、共感してもらうことが必要です。ですので、会社の将来像を話すことに关しては一切妥協していません。

郡山塗装では年に1度、経営方針発表会を行っております。

また、日常の社員との話でも3年後、5年後の未来像を話しながらそれを実現するために何が 필요한のか？何をしないといけないのか？を話し続けています。

「ワクワクする会社を一緒に作り上げていく」という感覚を社員みんなに持つてもらい、「今やるべきこと」に全力を尽くす。これが必ず結果につながると私は信じています。

業界未経験から塗装業界に飛び込む。規模拡大とともに起きた不慮の事故。それを機に戸建元請け化を決意。

20年以上前 縁もゆかりもない 塗装業界に 未経験で飛び込む

私は国立の高等専門学校を卒業して、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。

しかし、ある日突然、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。

そして、塗装会社に入社して3年。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いう思いが出てきました。

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。1ヵ月に多くの商談を重ね、受注を重ねる日々。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。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。すべて私が見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。

5年前 デジタル集客で 成長のさらなる ステージへ

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。

それを実現するための一つの施策が、住宅塗装の元請け化です。そうすると、自社で集客する仕組みが必要となります。ここで力をいれたことは「デジタル集客」です。当時の塗装業界では、塗装専門のHPを作ろうと考えている会社はほとんどありませんでした。

しかし、インターネットが広がるにつれ、Webからの問い合わせを獲得するためには、デジタル集客に力を入れることに勝ち筋があると確信していました。

そうと決まれば、あとは行動のみです。塗装専門サイトの起ち上げ、屋根専門サイトの起ち上げを行いました。それに伴い、HPの反響もどんどん増加していきました。

2021年9月には、Webからの問い合わせだけで60件を超えるまでにになりました。現在ではYouTubeも配信するなど、デジタル集客をさらに飛躍させる施策を打っています。

未来戦略 会社の夢や 未来予想図を 話せるのは社長だけ

成功企業が取り組んでいる

住宅塗装ビジネスモデル

ビジネスモデルの3つのポイント

ポイント

①

差別化するための店舗を構える!

- ・店舗を構えることで他社との差別化で集客数が倍増する!
- ・店舗を構えることで100組集客できるイベントを開催できる!
- ・店舗を構えることでお客様からの信頼を勝ち取り契約率がUP!

ポイント

②

販促費用を投資する!

- ・デジタル集客へ投資を行なう。集客HPの作成が必須である!
- ・チラシの反響割合は30%!まだまだチラシでも集客が必要である
- ・野立て看板で社名をブランディングし、問合せ数がUP!

ポイント

③

営業を仕組み化する!

- ・見込みの高いお客様を集客し、契約率を高める!
- ・社長の営業ノウハウをツールに落とし込み、誰でも受注できる!
- ・全国の営業マンのノウハウを蓄積したマニュアルがあるから売れる

今回のセミナーで公開する

最新ノウハウとポイント

月40件以上の見積を提出する集客術

ポイント

1

毎月塗装案件が15件以上
生み出す塗装専門スマホサイト

ポイント

2

閑散月でも100組集める
塗装イベント集客

ポイント

3

1件あたり2万円以下で集客!
超効率的にお客様を集める仕組みを大公開



相見積5社でも70%受注できる営業マニュアル

ポイント

1

激戦区でも勝てる成約率70%!
魔法のアプローチブックを大公開

ポイント

2

未経験者でも即戦力が可能
1週間で覚えられる営業マニュアル

ポイント

3

値下げナシ+高単価塗装が受注できる!
来店ランクアップクロージング!



外注しても粗利40%で儲かる!高単価商品

ポイント

1

シリコン以上は当たり前!
フッ素・無機塗料が売れる商品設計

ポイント

2

足場・塗料・職人のコストをコントロール
粗利40%以上の原価表大公開

ポイント

3

ライバルと戦っても勝てる商品ラインナップ
高単価商品の売り方、見積書大公開



全国塗装チャンピオンへのロードマップ



上記は、塗装ビジネス研究会142社(2022年9月時点)のデータや成功事例から導き出した、住宅塗装事業で成功するためのロードマップとなります。当社が提唱する住宅塗装ビジネスは、商圏人口30万人の中で、ショールームを作り、上記受注件数26件を基準(年間塗装売上2.7億円・粗利1億円)としております。弊社の提案するビジネスモデルは、地域性・競合状況に関わらず、この要素を3年以内に実現し、さらに店舗展開によって年商10億円企業を創出することを目標としております。



競合増加も業績UP! 塗装ビジネスで急成長企業が全国各地で続出中!

2015年11月から開催している塗装ビジネス研究会! 早6年が経過し、142社(2022年9月時点)の会員企業にご参加いただいております。その中で業績を急成長されている企業を紹介させていただきます。本研究会にもご参加されていますので、ぜひお話をお聞きいただけますと幸いです。



中部
地域

愛知県一宮市
株式会社達美装

業績アップ!!!

0.2億円

6億円



代表取締役
高見澤 達也氏

職人であった私が塗装専門ショールームをOPENしたことで、一気に業績が伸びました。地域一番を目指した認知戦略をとり、商圈内で塗装と言えば「達美装」と思っただけのように販促投資を徹底的に行ないました。現在3店舗で売上6億円まで業績を伸ばしております。



関東
地域

東京都江戸川区
株式会社Luxst

業績アップ!!!

0億円

5億円



代表取締役
寺田 翔馬氏

私は10代から防水職人をしていました。20代の頃独立をして、中々うまく売上が上がらないので、思いきって塗装に参入しました。それが結果的には正解でした。現在では2店舗目を出店して、今後どんどん増やしていきたいと思っています。



中国
地域

岡山県岡山市
株式会社ミナン

業績アップ!!!

1億円

3億円



代表取締役
中村 英行氏

私は職人からスタートして、取り組み前は1名で営業を行なっていました。しかしこれ以上の伸びはないと思い、この事業に取り組みました。現在では女性も活躍できるようになり、活気ある会社になりました。



四国
地域

徳島県徳島市
株式会社匠

業績アップ!!!

0.7億円

3億円



代表取締役
綾 大和氏

徳島市内2店舗を出店し、地域トップクラスの市場シェアを達成できております。弊社は、「後悔しない塗装工事を目指す」を事業コンセプトとして、社会、お客様、従業員の幸せも大切し、日々経営に励んでいます。



九州
地域

福岡県福岡市
株式会社ユーペイント

業績アップ!!!

0億円

3億円



専務取締役
山口 博城氏

2006年に創業した株式会社悠興業より塗装事業をスピンオフさせ、2019年7月に株式会社ユーペイントを設立。2021年5月段階で営業2名、パート社員のみで、今期3億円の受注見込みを上げています。



レポートをお読みいただいた経営者の皆様への特別なご案内



チャンピオンたちの「住宅塗装モデル」を最短最速で成功に導く方法を大公開
具体的なノウハウがたった4時間で手に入る!

【特別案内】全国塗装チャンピオンフェスティバル

※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

6名の各分野に優れたゲスト講師が包み隠さずに、
デジタル集客～デジタル営業管理～デジタル施工管理まで一挙大公開!!

経営者、幹部での参加を推奨!

6名のゲストが使われている営業ツールも合わせて公開します!

■反響率1/5000の
塗装専門チラシ



■6社以上の
塗装ショールームを大公開!!



■各種マニュアル(200ページ)
(集客編、営業編、採用編等)



■クラウド顧客管理
デジタルフォーマット



■契約率60%を達成する
専門アプローチブック



■各種営業ツール(15種類以上)



合計
24
ページ

これだけあるから仕組みづくりが成功できる!

1 住宅塗装の集客が以前より難しくなっている

2 営業に自信はあるが、営業管理の仕組みが分からない

3 効率の良い施工管理システムが分からない

1日で
マルっと
解決!!

レポートをお読みいただいた経営者の皆様への特別なご案内

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、

「住宅塗装」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**あなただけの特別なセミナー**をご用意しました。

セミナーでは、紙面で紹介した6社をお招きし、「住宅塗装専門店」の**業績UPポイント**を余すところなく披露していただきます。

ここまで6年間、全国140社以上の会社が住宅塗装ビジネスモデルを実践されてきました。その中には、成功も失敗もされ蓄積されたノウハウがあります。今回のセミナーを見聞きされることで、皆様が**まるでタイムマシンに乗って未来を見てきたか**のように、皆様の未来像がここにあります!

一見の価値があるのは間違いありません。ぜひこの機会にご参加ください。

セミナーで学べる30のポイント

1. 住宅塗装専門店のデジタル集客方法を大公開!
2. 高確率で成功する住宅塗装専門店の起ち上げ方法とは?
3. なぜ住宅塗装専門店はここまで選ばれ続けるのか?
4. Webから平均単価100万円の案件を集めるデジタル手法は?
5. Web集客を成功させるポイントとは?
6. 住宅塗装チラシの配布のポイントを大公開
7. 徹底分析! 伸びる会社はなぜ伸び続けるのか?
8. 現場近隣の方をデジタルを使って集めるポイントとは?
9. 塗装の最先端企業に取り組んでいるデジタル経営とは?
10. 人が集まらない不人気職種に若い子が採用できる秘訣は?
11. 住宅塗装専門店が選ばれ続けるコンセプトとは?
12. 本気客を集める集客のポイントを大公開
13. 起ち上げで失敗しないために把握しておくポイントとは?
14. 競争激化の住宅塗装で勝つためのポイントとは?
15. 「なんちゃって専門店」は大失敗する! 赤裸々な失敗談!
16. 他社が全く追いつけない! 圧倒的差別化ポイントとは?
17. モデル企業が実践しているデジタル営業方法とは?
18. 決裁権者が思わず納得してしまう必殺のトーク術とは?
19. モデル企業が実践する最新のデジタル採用戦略とは?
20. やりがいで離職率が下がる! 住宅塗装ビジネスの魅力
21. 住宅塗装バック商品づくりのポイント
22. 伸びている会社に取り組んでいる工事ポイントとは
23. これからの当たり前! デジタル施工管理とは?
24. 1か月10棟以上の施工管理のポイントとは?
25. これは絶対に避けない! 失敗事例も公開!
26. 人が辞めない超スピード育成はデジタルマネジメント?
27. 採用～育成定着のカギはデジタル活用が握る!?
28. もう現場指導は不要。誰も知らない教育システムとは?
29. 船井流経営法から塗装会社の原理原則経営とは?
30. これだけは押さえておきたいデジタルDX経営のポイントは?

※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!