

塗装・防水・修繕業界の経営者様必見のセミナー



事業化再構築の
チャンス

元請化で粗利**35%**

開催日 2022年 **2月5日・8日**
17日・21日・26日
WEB開催 13:00▶16:30
(ログイン開始12:30~)

アパートマンション 大規模修繕 集客**できて**バンバン**受注****できる**

参入後1人

3カ月で**3,000万円**の受注ができた

元請売上 **12億**円 新規集客 **50**件/月
のモデル大公開
大規模修繕の元請化ができる

ゲスト講師

株式会社
アローペイント
代表取締役
染矢 正行氏

ゲスト講師

株式会社
西浦塗装工業
代表取締役
西浦 建貴氏

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。

元請で大規模修繕がバンバン受注できるセミナー

お問い合わせNo.S082062

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]を明記の上、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ページから
セミナー情報を
ご覧いただけます!



講演内容&スケジュール

■ セミナー開催日時 **スタッフが完全サポート!簡単に参加できる**

2022年2月5日(土)・8日(火)・17日(木)・21日(月)・26日(土)

全国どこからでも参加OK!オンライン開催 13:00~16:30 (ログイン開始12:30~)

■ セミナー講演内容

第1講座

13:00~13:50

元請で大規模修繕がバンバン受注できる3つポイント

- ポイント① 元請で大規模修繕を受注するためのたった1つの取り組み
- ポイント② 成長期ビジネスで空白マーケットの大規模修繕とは?
- ポイント③ 大規模修繕専門店の起ち上げのポイント

株式会社 船井総合研究所 リフォーム支援部 DXコンストラクショングループ 大規模修繕ビジネスチーム **松原 和紀**

奈良県生駒市出身。新卒で株式会社船井総合研究所に入社後、住宅・不動産業界を専門にコンサルティングを行う。主な得意分野はWEB集客を中心としたマーケティングである。大学院時代に培った分析力を生かした「業績を上げるマーケティング」を行う。



ゲスト
講師

第2講座

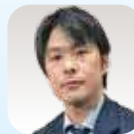
14:00~14:50

素人営業マンで大規模修繕を受注させて12億円を達成した秘訣大公開

- ポイント① 12億円になった塗装会社の社長が語る未来の経営
- ポイント② 月50件の見積を集めるために行った集客術大公開
- ポイント③ 見積提出した人の50%が成約できる秘密とは?
- ポイント④ 平均単価1,000万円を超える高単価層を受注できる秘訣

【モデル企業】株式会社 アローペイント 代表取締役 **染矢 正行氏**

大阪市で創業。住宅塗装で元請けを行い、7年前に大規模修繕専門店へ業態転換して売上を12億円まで伸ばした業界注目の企業。現在は大阪と東京の2拠点体制で大規模修繕専門店を行う。平均単価1,000万円の顧客を月50件も集めるマーケティング力は、業界の誰しもが認める凄腕経営者。塗装業界という不人気業種であることをものともせず、人材育成やIT化にも取り組んでいる注目企業である。



【取り組み事例企業】株式会社 西浦塗装工業 代表取締役 **西浦 建貴氏**

志木市で創業、下請け企業として56年の実績を出しているが、徐々に単価が厳しくなってきた状況から元請に転身を決意。大規模修繕ビジネスに取り組み、初回販促でさっそく3000万円以上の受注が決まって、これから急成長が期待される企業である。



第3講座

15:00~15:50

平均単価1,000万円の顧客を集める3つのポイント

- ポイント① オーナーが集まる集客戦略を大公開
- ポイント② 平均単価1,000万円の集客ノウハウを大公開
- ポイント③ 集客を最大化できる「セミナー集客×WEB×ショールーム」

株式会社 船井総合研究所 リフォーム支援部 DXコンストラクショングループ 大規模修繕ビジネスチーム **新井 修也**

兵庫県尼崎市出身。船井総合研究所へ入社後、大規模修繕ビジネス事業に従事する。コンサルティングを行う際には、「長所伸展」という考えを大事にしている。即時業績アップを実現する為、WEBを活用したマーケティングで業績向上の支援を行っている。



第4講座

16:10~16:30

まとめ講座

株式会社 船井総合研究所 リフォーム支援部 DXコンストラクショングループ 大規模修繕ビジネスチーム リーダー **中屋 貴之**

前職で二級建築施工管理の取得し、新規営業を中心に従事する。それを活かした「現場主義」でコンサルティングを行う。クライアント先だけでなく地域の発展を大切にすることをモットーに、日々、経営者の悩みをポジティブに解決して業績アップを目指す。



オンラインセミナーお申込み方法について

WEBのお申込みはQRコード読み込みが簡単です!!

スマホ・タブレットの方はQRコードを読み込んでいただくと
お申込フォームにアクセスできます。

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/082062>

お問合せNo **S082062**



主催

ビジネスモデルの解説

1 大規模修繕専門店は「集客」が一番大切

今回の大規模修繕専門店のターゲットは、アパート・マンションの賃貸オーナーです。ターゲットに対して集客を行い、元請化していきます。元請化するためには、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、他社との差別化です。大規模修繕のモデルの他社との差別化は、「価格」と「品質」です。賃貸オーナーが大規模修繕を考える時は、できるだけやりたくないと考えている人がおり、また費用もできるだけ抑えたい人が多いです。しかしその反面で、粗悪な業者に行くことも嫌います。オーナーのニーズに合わせるコンセプトが必要です。コンセプトは「中間マージンがない、大規模修繕で低コストに長持ちさせることができる」で、オーナーへアプローチしていきます。

	工務店・施工店 賃貸管理会社	大規模修繕専門店
価格	丸投げで中間マージンが発生	直接依頼なのでコストがからない
品質	中間マージンで施工業者のコストを下けているので品質は不明	オーナーの要望を直接聞けるので、最適な工事を提案している。
集客	既存客・紹介	セミナー集客 ショールーム 大規模修繕専門サイト



2 施工管理はターゲットを絞ることで手間を最小限にする

大規模修繕専門店の受注平均単価は1000万円です。この仕事を受注できるのは、建設業の許可で塗装で一般または特定を取っている企業でしか受注ができないので、起ち上げることができる企業は決まっています。これが参入障壁になり、価格だけが安くできる個人の塗装会社では難しいです。

また大規模修繕専門店で重要なのは施工管理です。施工管理をルール化していなければクレームが続出し、完工粗利が下がってしまいます。

そこで重要なのは、顧客ターゲットを絞ることです。大規模修繕の中でも30戸以下の賃貸物件に絞ることです。そうすれば決定権者がオーナーだけなので、オーナーの理解を得られたら問題なく工事が終わります。

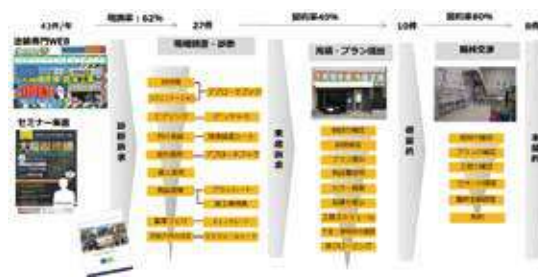
30戸以下のマンションであれば営業が施工管理を兼務でも工事を収めることができ、起ち上げに対しての工事が増えても、クレームがでないように仕組み化をすることができます。



3 営業は絞ることで成約率を上げる

賃貸オーナー様への営業を行います。先ほどもお伝えしましたが、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。賃貸オーナーは、決定権者が決まっているので、受注するまでの営業フローはほとんど同じになります。

営業を仕組化するためには2つのツールを使います。1つ目は大規模修繕専門店としての強みを説明するためのツール (アプローチブック)を用意することで、営業の仕組化ができます。2つ目はショールームです。来店してもらい商談をすることができます。



大規模修繕をバンバン受注できたら、どうですか？

コンサルタント
から皆様へ

こんにちは、本レポートをご覧いただきありがとうございます。

これから紹介する内容は、大規模修繕の元請化を時間をかけて構築して3億円から12億円まで成長された株式会社 アローペイント様とその取り組みをモデル化して、元請化を成功された株式会社 西浦塗装工業様のお話をお伝えします。皆様の経営に置かれまして、もしこれができたとしたらどれくらいワクワクするのかを考えてお読みいただければ幸いです。

こんなお悩みがある方は是非本セミナーにご参加ください

- ✓ 下請け事業で大規模修繕を行っているが、**これ以上の成長が見込めない**
- ✓ 元請化を行ってみたいが、**どのようにやったらいいかわからない**。
- ✓ **有資格者がいない、採用できないので**、これ以上の成長は見込めない。
- ✓ 新しい事業を起ち上げして、**企業の成長をしていきたい**。
- ✓ **幹部を育成**していく中で、ひとつの事業を任せてみたいが何をしたいかわからない

大規模修繕の元請化のメリット

これを読まれている方は、何かしら変化をしたいと考えられている経営者様が多いと思います。実際に変化をされている経営者様は、次のステージを見ることができ、また社員さんもワクワクして働かれています。

今回は株式会社 アローペイント様が取り組んだ、大規模修繕事業についてお話ししていきます。実際に写真のように若い社員さんが多いことがこの会社様の特徴です。

またこのモデルを取り組まれている西浦塗装工業様は、既存の下請け事業にプラス元請化できる準備ができています。2022年に飛躍できる体制ができているため、積極的な投資判断ができ、さらに成長するイメージが持てていきます。

このように元請化を行うことで様々なメリットがあります。では、どのように起ち上げたらいいのかを解説させていただきます。



本セミナーで学べるポイント

ポイント01 毎月50件 集客する方法

ポイント02 未経験者で1億円

ポイント03 WEB集客で 毎日反響

ポイント04 セミナーで 10組が集まる

ポイント05 ここまで 公開してくれる？

アローペイントの育成システムを大公開！これで受注できること間違いなし

ポイント01 大規模修繕の集客方法

組織に合った集客のまとめ	
大規模修繕の集客	戸建ての集客
業界新聞	地域雑誌
ウェブ広告	ビラ配り
テレアポ	訪問販売
展示会・セミナー	地域広告
大規模修繕のニーズ	戸建てのニーズ
利益性	耐久性
デザイン	機能性
安い	質
ブランド力	ロコミ

大規模修繕の集客は、戸建て塗装のような一般顧客向けとは違います。

オーナー向けとはいえ、一般顧客向けの集客をすると効率が悪くなり、採算が合いにくいことがあります。

また顧客ニーズもあります。

オーナーは一般顧客と違い、皆様と同じ経営者となっています。そこで響くキーワードも変わってきます。例えば、費用面では、オーナーは収支をしっかりと意識していきます。

そのため、無駄な工事はしない傾向があります。逆に効率的なことは費用を出します。

ポイント02 広報部の活用



集客を行う際には、広報部というものを起ち上げることが必要です。広報部の役割はセミナーの企画や、当日のオペレーションを行うこと、そして、セミナーの集客に向けて、DMの制作や配布を行います。

またWEBを制作して、そこへ施工事例の更新、ブログの制作を行うことも一つの役割です。要は、集客に関わる（マーケティング）仕事を任せる専任者がいると準備がスムーズになります。

広報の役割は、見込みの高いオーナーを営業マンへの橋渡しを行っています。

ポイント03 営業システムの確立



アローペイントでは、営業のフローが決まっています。

売れている営業マンのやり方をルール化して、誰でもできるようにマニュアル化しています。ただ、社員たちは読むことを苦手としているので、動画にしています。Eラーニングで見、テストを受けて、習熟度を上げていきます。

これにより、未経験者でも売れるようにしています。

取り組み会社のご紹介

アローペイント様の取り組みは素晴らしいと感じましたが、しかし「自分たちで取り組むには無理かな」と感じました。理由は、人員もいないし、広報部を起ち上げることもできないのであきらめるしかないかと思いましたが、マニュアルや自分たちではできないことを代行してくれる業者を紹介してくれたり、できないことができるようにサポートしてくれました。実際に、起ち上げ3か月で3,000万円の受注が決まりました。しかも粗利率を30%超えることもできました。初期投資をさっそう回収できるめどが立てられました。これからさらに販促していき、伸ばしていこうと考えています。当日は、その取り組みを少しだけお話させていただきます。

株式会社 西浦塗装工業
代表取締役 西浦 建貴氏



モデル大公開

大規模修繕の元請化を成功できた3つのポイント

どうしたら12億円まで伸ばせるのか？
アローペイントの成功の軌跡

ゲスト講師

株式会社 アローペイント
代表取締役 染矢 正行氏

大阪市で創業、住宅塗装で元請けを行い、7年前にアパートマンション塗装専門店へ業態転換して、売上12億円まで伸ばされた業界注目の企業。また営業15名、粗利率35%を達成されている、高生産性・高収益企業である。

創業期からの売上・社員数推移



「これ以上の成長は無理かもしれない…」と思った時期はありましたが、思い切って大規模修繕に参入して本当に良かったと思っています。

やってみると意外にカンタンで、ざっくり言うと専門店への業態転換をすることで、3億円前後だった売上が一気に伸びて、10億円の大台を達成することができました。私たちは7年前まで、住宅塗装を取り組んでいましたが、販促費も毎月かかるし、平均単価は100万円で、正直あまり儲からない状態で、これ以上の伸びは期待できないと感じていました。

従来の大規模修繕を取り組んでいる既存プレイヤーとの違い

	アローペイント様	従来のプレイヤー
集客	集客型で見込み顧客を集めるアナログ集客 x デジタル集客をミックスすることで安定する。また、数を集める際に販促費の投資を増やしたら連動してあげることができる。	賃貸管理会社や元施工で既存の顧客名簿を使い、アナログで訪問したりテレアポのみでマンパワーで集客を行っているので安定しない。
営業	労働集約型のビジネスでは人が必要である。未経験者を育てることで、採用の基準が低くでき、育成のスピードが上がるため、売上アップのスピードが早くなった。	丸投げをしている会社もいる中で、営業力にバラつきがでてしまう。また資格者を重視する会社は売り上げのスピードが上がらず、事業スピードが上がらない。また退職のリスクも大きくなる。

元請化の成功へのロードマップ

今回のモデルは、売り上げ5億円、粗利率を35%取れるモデルとしております。それを可能にしているのが、アローペイント様の事業モデルです。しかし、地域によっては様々なケースがあります。時間をかけてモデルを創ればできると思います。しかし正直、お忙しい経営者にはなかなか時間が取れないと思います。そこでこのモデルの再現性を高めるために船井総研が各社で取り組んでいる会社をルール化して5つのポイントを絞りました。下記を見れば貴社でも取り組めること間違いなしです。ぜひこのやり方で一度試してみてください。

参加特典



アローペイントx船井総研の共同開発の
営業育成Eラーニングシステムの一部を無料公開

実践すべきポイントはこの5つだった

ポイント01 ショールームを軸として集客

大規模修繕事業の元請を取り組み、最速で業績を上げるためには、ショールームを活用することです。なぜショールームが必要なのか、それは安心感を与えるためです。名前も知らないような会社になんかマンションを任せるようになった時に事務所ではやはり不安が大きいのです。



ポイント02 WEB集客は集客専門サイトを構築

元請化は、WEBサイトが必須です。DMが届いたら間違いなく、WEBで一度は調べて確認します。その中で、問い合わせにまで至るには、専門サイトが必要です。

ポイント04 営業はモデル社員を創り、仕組化する。

営業の一人当たりの生産性は、8000万円になります。これを達成するためには27件の集客を行い、30%の成約率で平均単価1000万円としております。左記の図のように算数の公式のようには当てはめて数値化することで基準値が出ます。その基準との違いを比べることで、今の課題がやすくなります。重要なのは、一人のモデル社員を創ることです。あとはその育成の仕組化をしていければ成長ができます。



集客サイトとは、大規模修繕のオーナーのためだけに創るサイトのことで...

多くの会社様は、企業向けや公共工事なども合わせて会社紹介のサイトになっているケースが見られます。それでは集客が取れません。例えば、どのようなコンテンツが必要なのかというと、例えば資金計画について、どのような費用が大規模修繕に掛かってくるのかを明確にし、不安を解消する必要があります。そうするとその悩みがある方は解消されて、お問い合わせにつながります。要はHPに「無言の営業マン」の役割をさせる必要があります。

ポイント05 事業計画から組織体制を意識する。

まずは今回の事業モデルから数値計画をご覧ください。

★1拠点あたり損益計算書(例)				
	1年目	2年目	3年目	設定条件
売上高	160,000	320,000	480,000	営業1名あたり8000万円
粗利益	56,000	112,000	168,000	粗利率35%
営業人件費	10,000	20,000	30,000	営業1名あたり500万円
施工管理費	5,000	5,000	5,000	管理1名あたり500万円
事務人件費	1,200	2,400	3,600	事務1名あたり120万円(パート)
広告宣伝費	6,600	13,200	19,800	月20万円
地代家賃	2,400	2,400	2,400	400万円を2年償却
初期投資償却	2,000	2,000	0	1名当たり240万円
その他経費	4,800	9,600	14,400	
経費計	32,000	54,600	75,200	
営業利益	24,000	57,400	58,400	
(営業利益率)	(15.0%)	(17.9%)	(19.3%)	

この数値計画を見て、自分たちが取り組むとしたらどれぐらいの投資、スピード感、組織体制が必要かを意識することが出来ます。要はマイルストーンがあるので間違った道へすむことがありません。また数字から逆算することで、計画から遅れていないか、遅れている理由は何なのかを明確にすることも出来ます。

ポイント03 営業のポイントは断られる部分を先に潰す。

営業は「逆算」であり、初めから断れることを意識して、断られないように初回商談の時から潰しておく営業をしています。そこで、断られる項目を7つに分類分けをしています。それが左の7つの阻害要因となります。

項目	断られる項目	対策
金額	・自分の予算に比べて高い ・この金額だと我慢する	・工事現場の見学を行い、信頼プラン提案を行う ・金額が合わないときは小工事でも対応する
プラン	・私が欲しいものではない ・もう少し安くしてほしい	・工事の仕様について、大規模修繕と修繕の2つを分けて考える ・プランシートを作りこみ、見たと同時に説明する
キマン	・私じゃ決まらない ・旦那、奥さん、子供と相談する	・必ずキマンの権限を認める ・キマンがいない場合は、お父さん(オンライン)で決める
時間	・今すぐではないからまた考えておく ・どれぐらいでできるかわからない	・スケジュールシートを提示して、期日を明確にする ・断られた場合のフォローを伝える
競合	・競合に比べて高い ・競合の良さを聞いてから考える	・チェックシートを使って、競合と自分の違いを明確にする ・ツールを競合に作り、競合を圧倒する
会社	・会社が信頼できない、または大手の不動産の方が安心する ・大規模修繕専門店より、リフォーム屋さんの方が保証があるからいい	・アプローチブックを渡し、会社紹介を必ず行う ・ショールームに案内してもらい、2名で対応する(社員・営業マン)
自分	・この人で本当に大規模修繕を失敗させることができるのかという不安 ・私にその思いを実現できるのか、頼りにならないと不安	・自己紹介を行い、信頼感をつける(自分自身は一人一人に責任を負う) ・社員紹介をするのではなく、社員や幹部が直接出てきて、対応する

このようにルール化し、誰でも売れるようにして、営業を属人化させないようにします。

当日大公開 マニュアル&ツール

秘 独自のリストがあると成功する



オーナー名簿サービス「リスト」
ターゲットとなる物件を、エリア・戸数・階数・築年数・構造といった条件で絞り込み、その物件を持つオーナーを登記簿簿本から調査し、リスト化します。

営業ツール



セミナーの
各種DMや
当日準備ツール

各社が取り組んで再現性の高いマニュアル、ツールを用意しております。

大規模修繕ビジネス

Report

経営レポート

無料
ダウンロード
できます

大規模修繕ビジネスの様々なテーマのレポートが
どなたでも無料でダウンロードいただけます！

業界動向・時流予測レポート



ビジネスモデル戦略



集客強化戦略



営業強化戦略



無料ダウンロードはコチラから

右記のQRコード読み取っていただくか、
下記のURLからアクセスしてください！
<https://fhrc.funaisoken.co.jp/tosou/download>



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。

元請で大規模修繕がバンバン受注できるセミナー

お問い合わせNo. S082062

開催要項

オンラインにてご参加 ※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。

日時・会場

2022年2月5日(土) 開始 13:00 ▶ 終了 16:30

お申込み期限:2月1日(火)

2022年2月8日(火) 開始 13:00 ▶ 終了 16:30

お申込み期限:2月4日(金)

2022年2月17日(木) 開始 13:00 ▶ 終了 16:30

お申込み期限:2月13日(日)

2022年2月21日(月) 開始 13:00 ▶ 終了 16:30

お申込み期限:2月17日(木)

2022年2月26日(土) 開始 13:00 ▶ 終了 16:30

お申込み期限:2月22日(火)

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 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

●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・祝日除く)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(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入金中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込方法

下記QRコードよりお申込みください。申込内容は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.S082062を入力、検索ください。

お問い合わせ



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

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) ●お申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:中屋
※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。

【年末年始休業のお知らせ】2021年12月28日(火)正午~2022年1月5日(水)まで

※休業期間中は電話が繋がらなくなっております。 ※Webからのお問い合わせには1月6日以降順次ご回答させていただきます。 ※なお、受講申込はWebより24時間受け付けております。 ご不便をお掛け致しますが、何卒ご了承くださいませようお願い申し上げます。

お申込みはこちらからお願いいたします

オンライン受講

2022年2月5日(土) お申込み締切日:2月1日(火)

2022年2月8日(火) お申込み締切日:2月4日(金)

2022年2月17日(木) お申込み締切日:2月13日(日)

2022年2月21日(月) お申込み締切日:2月17日(木)

2022年2月26日(土) お申込み締切日:2月22日(火)



スマホ・パソコンから全国どこからでも参加可能!!



WEBオンラインセミナー



インターネットに接続された
パソコン・スマートフォンで
セミナー内容を配信します!



ご自宅やご自身の事務所にいながら、
セミナーに参加できるので忙しい経営者の皆様や
遠方で東京・大阪会場に行くのは大変…
という方にオススメです。

こんな方に
オススメ

- ☐ セミナー会場から離れた遠方に住んでいる
- ☐ 商談などがあり、セミナー会場に行く時間が取れない
- ☐ 時間を有効に使いたい
- ☐ 内容をじっくり聞くために一人の環境でセミナーを受講したい

WEBオンラインセミナーのお申込みは
QRコードから簡単アクセス!



QRコードを読み取ってお申込み用ページにアクセス下さい!

このセミナーで学べるポイント!

- Point 1** 毎月50件のオーナー集客を実現する方法
- Point 2** 未経験でも年間8000万円を受注できる営業ノウハウ
- Point 3** 専門サイトで毎日反響が来るWEBマーケティングの方法
- Point 4** 1回の集客でオーナーが10名集まるセミナー集客
- Point 5** 業界未経験者が即戦力になるの魔法の育成システムを大公開