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。

【webセミナー】2億円の会社を10億円にする売上の方程式　お問合せNo. S086714

開催要項

日時・会場

オンラインにてご参加　※全日程とも同じ内容となっております。ご都合のよい日程をお選びください。

2022年 6月 7日(火)　開始 13:00 ▶ 終了 15:00（ログイン開始 12:30より）　お申込期限：6月 3日(金)

オンラインにてご参加

2022年 6月 7日(火)　開始 16:00 ▶ 終了 18:00（ログイン開始 15:30より）　お申込期限：6月 3日(金)

オンラインにてご参加

2022年 6月 9日(木)　開始 13:00 ▶ 終了 15:00（ログイン開始 12:30より）　お申込期限：6月 5日(日)

オンラインにてご参加

2022年 6月10日(金)　開始 13:00 ▶ 終了 15:00（ログイン開始 12:30より）　お申込期限：6月 6日(月)

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 8,000円（税込 8,800円）／一名様　会員価格 税抜 6,400円（税込 7,040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、ご入金が確認できない場合は、お申込みを取消させていただく場合がございます。●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.086714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）　●申込みに関するお問合せ：横田　●内容に関するお問合せ：西村
※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。

お申し込み方法

OPEN!　**WEBからお申込みいただけます！**

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。

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/086714

オンライン受講

2022年 6月7日(火)	2022年 6月7日(火)	2022年 6月9日(木)	2022年 6月10日(金)
13：00～15：00（ログイン開始12：30～）	16：00～18：00（ログイン開始15：30～）	13：00～15：00（ログイン開始12：30～）	13：00～15：00（ログイン開始12：30～）
お申込期限：6月3日(金)	お申込期限：6月3日(金)	お申込期限：6月5日(日)	お申込期限：6月6日(月)

社長がいまだにトップセールス…、人が育たない…とお悩みの経営者様必見!!

リフォーム業界向け

売上2億円の会社を10億円にする 成長の方程式

1,000社のコンサルティング・ビックデータが示す共通セオリー！

株式会社カワムラ　代表取締役社長 川村 健太氏
株式会社桃栗柿屋　統括責任者 石川 正義氏
株式会社エネチタ　代表取締役 後藤 康之氏

当セミナーに上記企業様の登壇はございません。

WEB開催

2022年 6月 7日(火)・7日(火)・9日(木)・10日(金)

13：00～15：00（ログイン開始12：30～）
16：00～18：00（ログイン開始15：30～）
13：00～15：00（ログイン開始12：30～）
13：00～15：00（ログイン開始12：30～）

〈全日程オンライン開催〉
※全日程同内容での開催となりますので、ご都合の良い日程をお選びください。

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　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セミナー】2億円の会社を10億円にする売上の方程式　お問い合わせNo. S086714
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。

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。）→ 086714

売上2億円の会社を10億円にする成長の方程式とは

1 2億円から10億円を目指すにはなぜ設計図が必要なのか？

企業経営における**最初の節目（変換点）が訪れるのは、2億円～3億円**。

2億円～3億円までは、社員が10人未満で社長が先頭にたち、社長が頑張って売上を作る事で達成できます。しかし、それ以上、さらには10億円を目指すには社長一人の頑張りだけでは不可能です。

10億円を目指すには社長一人の頑張りではなく、今までの3倍前後の人が働いて、結果を出すことが必要になります。つまり**10億円を目指すには**、社長はトップセールスから、社員が育ち、結果を出せる**仕組み・環境を作る事をメインの仕事に変えなければならない**ということです。

社員が育ち、結果を出せる仕組み・環境を作るうえで非常に重要な前提は「分業」すること。なぜなら社長一人でやっていたことを、そのまま別の人が担当することは不可能だからです。経営＝マーケティング＋マネジメントとすると、仕組み・環境を作るとはマーケティングとマネジメントを分業できるようにすること、と言えます。

分業できるように仕事を設計するのが、10億円を目指す際の社長の仕事になります。何をどのように、または何から分業していくかを決めるのが設計図を作るということ。計画的に企業を成長させるためには、設計図は必須と言えます。

2 2億円から10億円を目指すには何を設計するべきか？

設計図を作る前に必要なことがあります。それは、社長が現場を離れるという決断をすること。その決断があるからこそ、設計（分業）が実行されるようになるからです。

その決断をしたうえで、どのような設計図を作る必要があるのか。今までに**10億円を超えて成長した企業**を分析し、ルール化した結果、細かい部分は企業により違いますが、**設計図には多くの共通点**がありました。

それが下の設計図です。

マーケティング	＆	マネジメント
―商品づくり		―教育・育成
―店づくり		―採用
―集客		―管理
―アフター体制		―評価
―営業		―理念（PMVV）
―実務		

この設計図では、**経営をマーケティングとマネジメントの両輪**で考えています。マーケティングでは、商品づくりから集客、営業、OBリピートまでの流れとそれに対する会社としてのフォローに分解しています。マネジメントでは、採用し育成し管理、評価する一連の人に関する部分を項目として整理しています。理念は10億円を超える段階ではなく、10億円から30億円を目指す際に必ず必要になります。その30億円を目指す際の核となるのは、社長と共に10億円の壁を乗り越えた社員であるため、この段階から決めておけると次へのステップアップがスムーズになるので設計図に入れています。

3 2億円から10億円を目指す際に立ちはだかる「年商の壁」と設計図の関係

10億円の設計図では、設計する項目が11項目あります。この項目を全て一度に設計することは容易ではなく、**優先順位をつけて行う**必要があります。

多くの企業を分析した結果、ある一定の年商になると発生する問題があることがわかりました。それを「年商の壁」と呼んでいます。そして、その年商の壁を超えるために必要な要素と設計図の11項目をセットで考えてることで、優先順位をつけることができます。

そこで、年商の壁について確認していきたいと思います。

4 2億円から10億円を目指す際に立ちはだかる「年商の壁」とは

創業してから売上2億円前後まで成長した企業のほとんどの成功要因は、社長の営業力。粘り強いアプローチや手厚いフォローが評価され、実績が積み上がってきたはずです。しかし、どんなに優秀な営業マンでも、上限は売上2億円前後です。10億円を目指すには、社長以外の大勢の営業マンが必要になってきます。

今までの成功要因＝社長の頑張りでしたが、これ以上を目指すには、いくら社長一人が頑張っても届かない。先程述べた通り、優れた営業マンでも上限は売上2億円前後だからです。2億円を超えて10億円を目指すには、**今までの成功体験や考え方、やり方を一度捨てる**ことが求められます。社長は会社の更なる成長のために、社長以外の営業マンが売れる仕組みを作ることに注力しなければなりません。

売れる仕組みを作る、という決断をして取り組み始める。ここで問題が発生します。

まずは集客。

これまでのお客様は、おそらく社長の知り合いやその紹介客がメイン。これらのお客様は社長の人脈によるもので、社長だからこそ付き合いがあったお客様です。社長が対応しなければ満足度が下がり、新たな紹介は発生せず、集客数が増えていかないという悪循環に陥ってしまいます。

そこで社長の人脈とは関係のない、新しいお客様を集客しようとします。しかし、新しいお客様を集客するためにチラシやHPを作ったものの、思うように集客できなかったり、思っていた内容とは違う問合せだったり、といった問題がまず発生します。

また一度、販促活動をして狙った通りの結果が出ても安心できません。3億円、5億円、10億円と成長していくには、ある程度、**「狙った内容（価格帯）」を「充分な数」、「見込んで安定的」**に集めるようにしていく必要があるからです。

この集客の問題を、3億円の壁と呼んでいます。

そして、次に営業。

売上目標が高くなるほど、多くの営業マンが必要です。しかし、**どんな営業マンも絶対に社長ほどは売れません。**というのも、営業マンは社長ほどの熱意や技、経験を持っていないからです。社長とはかけ離れた実力であるにも関わらず、何の準備もなく「売ってこい」と送り出しても、売れるはずがないのです。せっかく集客しても、なかなか営業マンが売れないという問題が次に発生してきます。

「社長だから売れる」から、**「平凡な営業マンでも売れる」**ようにすることが、10億円を達成するためには必要になってきます。

ここで注意が必要なのが、取り組みの順番です。

営業マンを売れるようにするためにやりがちなのは、営業ツールやマニュアル作成、営業研修です。もちろんそれらの取り組みも大切ですが、それより先に手を付けるべきは売りやすい環境作りです。つまり、ツールなどを充実させる前に、そもそも売りやすい・育ちやすいお客様を集め、契約しやすい仕組みを作っておくということです。

この育成の問題を、5億円の壁と呼んでいます。

「商品をつくり直し、新しいお客様を集客し、そのお客様にあった営業方法を整備し、そして実際に営業を行い、お客様にご契約いただき、ご満足してもらう。」

この一連の流れを、優れた営業マンでなくてもできるようにすることが3億円、5億円の壁を乗り越えるために行うことです。いわば、**「社長だからできた」**を**「誰でもできる」**にするために、**ビジネスモデルを変える**ということです。

3億円、5億円と成長し、集客や営業の壁超えてきた会社が、最後にぶつかるのがマネジメントの問題。**このマネジメントの問題を、10億円の壁**と呼んでいます。

10億円の壁は、3億円や5億円の壁と少し異なります。

集客ができ、人が育つようになることでどんどん人を増やし、店舗も1店舗から2店舗目と増加して5億円、6億円と伸びていきます。そして、10億円を目指してもう一店舗、つまり3店舗目を出した頃に出てくるのが、この10億円の壁。

ひとつのビジネスモデルの精度があがり、同じビジネスモデルでどんどん店舗を増やしていけば10億円を超えていけそうだと思ったタイミングで現れるのです。

3店舗目を出しても、いまいち売上が伸びない。新店舗で売上が作れても、既存店の売上が落ちて2店舗体制の時と売上的にはあまり変わらない。これはマネジメントがうまく機能していないから起きる現象です。

つまり10億円壁とは、複数店舗をマネジメントする幹部力の問題なのです。

この問題を解決するには、幹部育成をするという視点も必要ですが、**最も必要なのは3店舗以上をマネジメントするための仕組み**です。その仕組みとは、「各店舗の店長＋事業全体を見るマネージャー」という役職を作り、誰がどこまでの範囲に責任を持つのかを決める、というシンプルなものです。

これまでお伝えしてきた年商の壁を整理すると、下図のようになります。

そして、この年商の壁と設計図を連動させると下図のようになります。

マーケティング　&　マネジメント

- 3億円 集客 ―商品づくり
- 3億円 集客 ―店づくり
- 3億円 集客 ―集客
- 3億円 集客 ―アフター体制
- 3~5億円 営業 ―営業
- 3~5億円 営業 ―実務
- 5億円 育成 ―教育・育成
- 10億円 幹部 ―採用
- 10億円 幹部 ―管理
- 10億円 幹部 ―評価
- 10~30億円 幹部 ―理念（PMVV）

経営をマーケティングとマネジメントの両輪で考えたこの設計図では、**2億円から3億円・5億円にするために立ちはだかる問題は、マーケティングに集中**しています。そして、**5億円から10億円を突破するための課題は、マネジメントに集中**しています。

このことから、売上2億円から10億円にするこの設計図の中で**最優先で取り組むべきなのはマーケティング**といえます。実際に、10億円を目指す際には多くの企業がマーケティング面から、つまり**ビジネスモデルを作り直すところから始める**ことで結果出しています。

いかがだったでしょうか。ここまで売上2億円から10億円を目指す際に発生する課題とそれを解決するための手段＝設計図の大枠についてお伝えさせていただきました。セミナーでは多くの事例をもとに、10億円を超えて成長した企業が各設計項目についてどのような取り組みをしたのかについてお伝えさせていただきます。

【webセミナー】

2億円の会社を10億円にする売上の方程式

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。

下記のQRコードからレポート小冊子のダウンロードが可能です（全て無料）！

ビジネスモデル
FAST-Reform ビジネス参入の手引き
平均単価300万円！LDKリフォーム専門店とは

集客
住宅リフォーム会社のデジタル集客への取り組み実態報告レポート《2021年版》
工務店・リフォーム会社のWEB集客の手引き

営業
コロナ禍でも2桁成長！契約率70%の7メソッド
新人営業の契約率を劇的に高めるリフォーム会社の業績UP戦略とは

評価制度
2021年版 リフォーム会社の組織づくり
リフォーム会社が成長を続けるための評価・賃金制度のつくり方

時流予測
withコロナで勝ち残る経営者のための2021年時流予測レポート リフォーム＆増改築業界
超大量47ページ！2022年リフォーム集客トレンド白書