

# 住宅リフォーム事業経営者レポート

## 自社多能工 × 水廻り専門店

# リフォーム売上 年商 1.5億円 ↑ 30億円

### 高集客・高粗利で人が育つ! 成長し続けるリフォーム会社の事業戦略を大解剖

次のページからゲスト企業の特別取材レポート

### 大工家業の工務店が、千葉県No.1※ リフォーム会社に成長!

※リフォーム産業新聞1486号【都道府県別リフォーム売上ランキング2021】より



1店舗の平均集客

5,000万円/月

平均粗利率 35%

新卒3年目の平均売上

6,000万円/年



株式会社ハウジング重兵衛  
代表取締役社長 菅谷 重貴氏

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。

PC・スマホで簡単

セミナー参加!

開催日時

2022年 9月 6日(火)・8日(木)・10日(土)・14日(水)

オンライン開催 13:00~16:30 (ログイン開始12:30~)

経営者  
経営幹部  
限定

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

高成長リフォーム会社の事業戦略 大公開セミナー2022 お問い合わせNo.S089264

船井総研セミナー事務局 E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

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 ※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。) → 089264

# 10年で地域一番企業へと急成長！

## なぜ株式会社ハウジング重兵衛は、

## 競争激化の「水廻りリフォーム」で

## 大手にも負けることなく、

## 安定成長・高収益を実現しているのか？



株式会社ハウジング重兵衛  
代表取締役社長 菅谷 重貴 氏

1982年生まれ。青山学院大学を卒業後、新築営業や不動産営業に従事。2011年株式会社ハウジング重兵衛に入社。2012年常務取締役役に就任。水廻り業態の起ち上げや店舗展開、新卒採用などを推進して同社の成長を牽引した。2019年には6代目社長（代表取締役）に就任。新築や不動産、就労支援事業などの多角化経営を実現しながらも、2021年にはリフォーム売上高で千葉県No.1を達成。

経歴

## 株式会社ハウジング重兵衛 について

千葉県東庄町で明治32年に創業、6代続く大工の会社。平成14年に住宅リフォーム事業を本格的に起ち上げ、持続的な成長によって現在は年商28億円（8拠点）を達成している。同社が堅実に営業利益を確保しながらも、積極的な店舗展開→業績アップに取り組める背景には、【人が育つ環境】と【無理なく売れる環境】がある。営業スタッフの約半数は新卒や建築未経験の中途社員だが、平成24年から取り組んだ「水廻りリフォーム専門業態」によって、新人が売りやすい「水廻りの材工パックリフォーム」の集客を劇的に増やして、早期に活躍できる環境を作った。また「水廻りに特化した自社多能工」を育成してからは、①他社より安くても高粗利率、②施工品質の安定化、③営業の現場管理負担軽減といった新たな強みが加わり、より強固な成長基盤が築かれている。

千葉県と茨城県に8店舗を展開、社員数は000名に成長（2021年末時点）



## 圧倒的な集客力と人が育つ環境づくりが鍵

株式会社ハウジング重兵衛の成長要因として最もわかりやすいのが集客である。

現在8店舗あるショールームは、1拠点あたり平均20万人商圏で、月あたり60件（見積金額で約五千万円）の見積依頼を獲得している。この圧倒的な集客を可能にしているのが、①リフォームの中で最も市場規模が大きい「水廻り」に専門特化していること、②商圏内で品揃え一番のショールームを好立地に outlet していること、③チラシやホームページに掲載している水廻り商品が全てショールームで実物比較できる状態になっていること（販促と店舗の一致）、④水廻りリフォームの商品力が競合他社と比べて圧倒的に高いことである。



圧倒的なコストで高粗利の商品。それが品揃え地域一番のショールームに展示してあるという環境があることで、集客力と契約率が安定し続けている。



## 大手にも負けない商品力、その根底にある多能工育成

地域密着の中小企業であった同社が、大手のリフォーム会社や家電量販店、ホームセンターなどにも負けない高い商品力を持つに至った最大のポイントが「自社多能工」の育成である。

もともと大工として創業した同社だが、リフォーム参入時には社員職人はほとんど在籍しておらず、平成24年の水廻りリフォーム専門業態起ち上げ時から、新たに雇用して社員職人として育成してきた人材が現在の自社多能工チームとして形になっている。つまり「たまたま多能工がいた会社」ではなく、ゼロから戦略的に、自社多能工育成を推進してきたのである。

同社の多能工社員は、キッチンやトイレなどの水廻り施工に特化しているのが特徴だ。例えばキッチンリフォームの場合、メインとサポートの2人一組体制で解体から木工事・給排水・組立・ダクト・電気接続・仕上

## 「どう育てるか」「の前に」「どう活かすか」多能工が活きる業態が出来たから、自社多能工を「本気で」育てることができた。

などを一貫で二日間で施工する。できる工事の幅もさることながら、その工事スピードにも驚きである。スピード、すなわち工期は、施工原価に最も影響する要素であり、同社の水廻りリフォームパックが、競合他社と比較して非常に高いコスト優位性を有している秘訣がこれである。

「大工、設備、電気...といった職種の種類にこだわらなくても、何でもできる多能工」を目指すわけでもなく、「水廻り改修に専門特化した多能工」を育てる発想だからこそ、短期間で職人を育成することが可能だった」と同社の6代目社長の菅谷重貴氏は語っている。

現在は総勢20名を超える多能工職人と職人候補が育っている。



数年前から多能工職人候補としての新卒採用にも着手。1~2年でキッチン等の施工を担える人材が育っている。

多能工を活かすためには、水廻りリフォームが常に埋まるビジネスモデルが先。同社の成長ぶりを見ると、「具体的にどのようにして水廻り多能工を育成したのか？」と聞いてみたくなる。しかし、「水廻り多能工が自社にいれば上手くいく、儲かる」という発想は間違いだと菅谷氏は語る。

「当社の自社多能工の存在は、事業の収益性をさらに高めて、現場管理まで社員職人がフォローすることで経験の浅い営業社員の成長を推進するものです。その前提としては、多能工が効率的に稼働できるだけの現場数が必要で、多能工を育てたら、水廻りが売れて業績が上がる」のではなく、多能工育成の前に「水廻り改修が安定的に集客・受注できる状態」がないと、そもそも自社施工体制は維持できないし、職人も育ちません。（菅谷氏コメント）

菅谷氏曰く、水廻りリフォームが安定的に確保できるマーケティング体制を確立することが、最優先なのだ。

案件の大部分が売りやすい水廻りリフォームに集中していることも、経験の浅い新人が、早期に成果を出せる環境づくりに大きく作用している。

# リフォーム激戦時代を勝ち残る、 中小企業の究極のコスト優位戦略

## 大手量販店にも負けない集客力と、 安定した収益性 & 成長性の両立

# 水廻りリフォーム専門業態 自社多能工活用モデル

「今さら水廻りリフォーム事業？」

「競合だらけで儲からないでしょ。」

「そんなふうに思っていないませんか？」

水廻りリフォーム業態は依然として高い集客力を持つ

リフォーム事業への参入業者の増加や顧客世代層の変化(リフォーム需要世代は団塊世代→団塊ジュニア世代へ)、さらに新型コロナ以降の消費者行動の変化によって、多くのリフォーム会社にとって「集客」は大きな経営課題となった。

そのような環境においてもなお、高い新規集客力を維持しているリフォーム業態の代表的な例が、材工パックによる「明瞭価格」と「手軽さ」を全面に出した水廻りリフォーム業態である。住宅リフォームのマーケットの中でも最も市場規模の大きなカテゴリであることに加えて、パック価格の訴求による「安さ感」の訴求(「安売り」ではない!)や、物販のように割引セールなどの企画を打ち出して消費の喚起を図れる点などがその要因だ。

また、住設機器は自社ショールームに展示することもできるため、「チラシやホームページの掲載商品はお店で実物が見られます!」といった来店

誘導に繋げやすい点も、高い集客力を可能にする要素となっている。今後さらに競争が激化する市場において、売上のスタート地点である集客を制する上では、新規顧客との接点づくりの意味でも、集客力が高い業態に取り組むことが重要であることは明白だろう。

地域一番クラスの有力企業も、成長戦略として水廻り業態を続々出店!

実際のところ、この数年で業績を上げていく地域トップ企業や有力企業の多くが、水廻りリフォーム業態の起ち上げ・出店を加速させている。例えば、東北地方でリフォーム売上高連続ナンバーワンを誇る株式会社オノヤは、従来からの強みであるデザインリフォーム業態を堅実に成長させる一方で、水廻りリフォーム専門店「ラクイエ」を同じ商圏にオープンして、リーズナブルな「明瞭コミコミ価格」の水廻り材工パック商品でさらなる新規顧客のニーズを獲得した。

勝ち組・負け組の分かれ目は、

「マーケティング戦略」と「自社施工」

さらに注目すべきは、①豊富な営業案件がある環境と、②売りやすいうえに工事もシンプルな水廻り案件が増えたことによって、新卒や未経験中途の営業社員が「1年目から月間平均120万円以上の粗利を達成」といったため、まじい成長を遂げるようになったことである。

水廻り業態「勝ち組企業」のマーケティング戦略

水廻りリフォームの案件数が増えなければ、いくら自社多能工を育てても、活かすことはできない。そのため、成功企業はまず「安定した集客の仕組みづくり」に着手する。

具体的には、①商圏で一番多くの水廻りパック商品数をラインナップし、②地域で最下限の目玉パックを作る。③それらのラインナップをチラシとホームページに掲載するだけでなく、店舗にも実物展示をする。④その店舗は商圏内で人の流れが集中している立地にショールームとして出店する。

⑤折込チラシやホームページでは、こんなにお求めやすい商品を地域一番の品揃えで取り扱っていますよ。」「全部お店で実物比較できますよ。」といったショールーム来店誘導を訴求する。といった施策が代表的だ。

大手量販店より安くても粗利率35%超えは可能! 中小企業は自社施工で勝つ

パック商品づくりやショールーム出店、チラシはホームページなどの販促体制がうまく機能して、水廻り案件を増やすことに成功したとしても、協力業者に施工を外注しているうちは、平均的な粗利率は30%に満たないことが多い。

ここで大きな差別化要素となるのが「水廻り自社施工」である。下図はある自社の水廻り多能工でキッチンリフォームを施工しているリフォーム会社と、一般的なリフォーム会社の工程と原価を比較した参考資料だが、ご覧のように施工原価で30%以上の差がある。これこそが地域密着の中小企業究極のコスト優位戦略であり、競争激化の時代にも高収益を実現する手段となる。

一般リフォーム会社(外注体制)のキッチンリフォーム工事  
工期3日~ | 施工原価22万円~

日数	1日目				2日目	3日目
	業者	大工	設備	解体		
8:30 ~ 9:00	養生	養生	養生	養生	養生	内装
9:00 ~ 9:30	養生移動	ガス会社確認	養生	養生	ガス会社確認	
9:30 ~ 10:00	解体	配管切り離し	解体	配管切り離し	配管切り離し	
10:00 ~ 10:30	・天板外し ・戸棚		・天板外し ・戸棚			
10:30 ~ 11:00	電気工事		電気工事	電気工事	電気工事	
11:00 ~ 11:30	・換気扇解体 ・壁面		・換気扇解体 ・壁面			
11:30 ~ 12:00	休憩	休憩	休憩	休憩	休憩	
12:00 ~ 12:30	休憩	休憩	休憩	休憩	休憩	
12:30 ~ 13:00					組立	
13:00 ~ 13:30	下地づくり	給排水				
13:30 ~ 14:00						
14:00 ~ 14:30						
14:30 ~ 15:00						
15:00 ~ 15:30						
15:30 ~ 16:00	パネル貼り	ガラ出し				
16:00 ~ 16:30						
16:30 ~ 17:00						
17:00 ~	清掃	清掃	清掃	清掃		

原価合計	¥221,000	¥131,000	¥70,000	¥20,000
職人代	¥25,000	¥30,000	¥20,000	¥20,000
準備	¥25,000	¥30,000	¥20,000	¥20,000
人工	1	1	1	1
材料代合計	¥32,000	¥4,000	¥0	¥0
材料費目	養生 ¥2,000 給排水管 ¥2,000 見切りキッド ¥5,000	ケーブル ¥2,000 配線コネクター ¥2,000 コーキング		
	(接着剤、テープ、見切り材)			
	コンパネ(下地) ¥5,000 キッチンパネル ¥15,000 サイド化粧材 ¥3,000			

自社水廻り多能工によるキッチンリフォーム工事  
工期2日 | 施工原価約15万円

日数	1日目		2日目	
	業者	自社多能工①	自社多能工②	自社多能工③
8:30 ~ 9:00	養生	養生		
9:00 ~ 9:30	養生移動	ガス会社確認		
9:30 ~ 10:00	解体	配管切り離し	組立	組立
10:00 ~ 10:30	・天板外し ・戸棚			
10:30 ~ 11:00	電気工事			
11:00 ~ 11:30	・換気扇解体 ・壁面			
11:30 ~ 12:00	休憩	休憩	休憩	休憩
12:00 ~ 12:30	休憩	休憩	休憩	休憩
12:30 ~ 13:00				電気工事
13:00 ~ 13:30	下地づくり	給排水	廃材バラシ	
13:30 ~ 14:00				コーキング
14:00 ~ 14:30				
14:30 ~ 15:00				
15:00 ~ 15:30				
15:30 ~ 16:00	パネル貼り	ガラ出し	清掃	清掃
16:00 ~ 16:30			引き渡し	引き渡し
16:30 ~ 17:00			取扱説明	取扱説明
17:00 ~	清掃	清掃		

原価合計	¥156,000	¥92,000	¥64,000
職人代	¥30,000	¥30,000	¥30,000
準備	¥30,000	¥30,000	¥30,000
人工	1	1	1
材料代合計	¥32,000	¥4,000	
材料費目	養生 ¥2,000 給排水管 ¥2,000 見切りキッド ¥5,000	ケーブル ¥2,000 配線コネクター ¥2,000 コーキング	
	(接着剤、テープ、見切り材)		
	コンパネ(下地) ¥5,000 キッチンパネル ¥15,000 サイド化粧材 ¥3,000		

短工期・低コストだから水廻りリフォームが売れる! 儲かる!

# 高成長リフォーム会社の事業戦略 大公開セミナー2022

水廻りリフォーム専門業態で年商8→30億円に大成長！

## 千葉県No.1リフォーム会社 株式会社ハウジング重兵衛の 水廻り自社多能工を活かすビジネスモデルの全貌

このようなお悩みをお持ちの方は**セミナーにご参加ください**

- ☑100万円級のリフォームが価格競争で受注できない。
- ☑大手量販店の激安パックや10年保証に顧客が流れる。
- ☑協力業者に原価の決定権があるため競争力が弱い。
- ☑新人営業が業者をコントロールできずに苦労している。
- ☑自社職人を雇用しても固定費が無駄にならないか不安。
- ☑自社職人の育成方法が知りたい。

### 本セミナーで学べるポイント

- ポイント① **水廻りリフォームで粗利率35%を確保する商品づくりノウハウ**
- ポイント② **もう集客には困らない！新規集客年間500件超のマーケティング手法**
- ポイント③ **短工期・高効率・高収益な「水廻り多能工職人」の採用&育成手法**
- ポイント④ **新卒&未経験中途5名で1店舗3億円を達成した人材育成手法**
- ポイント⑤ **10年で年商8億→30億を実現するまでの事業成長ロードマップ**

本レポートでご紹介した株式会社ハウジング重兵衛の  
代表取締役社長 菅谷 重貴氏をゲストにお招きしての  
**オンラインセミナーにぜひお申込ください**  
お申込み好評受付中／別紙の開催要項をご覧ください

もう集客にも、価格競争にも困らない！

## 安定成長・高収益リフォーム事業へのステップ

本レポートで取り上げてきた「水廻りリフォーム専門業態×自社多能工活用モデル」に取り組もうとすると、そのステップは大きく3段階に分けられる。レポート内の菅谷氏（株式会社ハウジング重兵衛）のコメントにもあるように、自社多能工は中小リフォーム会社にとって今後の競争激化マーケットを勝ち残るための有望な一手ではあるが、その前提として「自社職人を活かせるだけの十分な案件数を確保できていなければ、育成も活用もままならない。そのため、まずは下図の「ステップ1」にあるように、専門店化によるマーケティング体制づくりが最初の一步となる。

	ステップ1 1～2年目	ステップ2 2～3年目	ステップ3 4年目～
事業のステージ	専門店化マーケティングで水廻り案件比率を増やす	水廻り自社多能工化で粗利率と回転率を上げる	設備販売台数アップ →スケールメリットによって仕入コストが下がる →商品の競争力がさらに上がる →さらなる設備販売台数アップ …の「善の循環」が回る
売上高(1拠点)	2億円前後	3億円前後	3.6億円～
営業人数(1拠点)	4名	6名	7名
粗利率	30%	35%	37%
営業利益率	2～3%	6～8%	10%～
年間現調数	400～450件	600件	700件～
水廻り案件比率	50%	60～70%	70%～
重要施策	<ul style="list-style-type: none"> <li>☐お客様にとってわかりやすく選びやすい材工込みの水廻りパック商品ラインナップ整備 ※品揃え商圏内1番化 ※最下限～上限価格包み込み</li> <li>☐水廻り専門業態ホームページと水廻りメニュー特化チラシによる専門店マーケティング ※パック商品を中心に訴求 ※“安売り”ではないが、“安さ感”“リーズナブル感”が消費者に伝わる販促がポイント</li> <li>☐水廻り品揃え数商圏内1番のショールーム店舗出店 ※商圏内1番立地の選定 ※販促と売場の一致(チラシ、HP掲載商品は全て店舗で実物比較できる！)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☐水廻り多能工育成に着手 大工または設備職人の中途採用から多能工化を進めるパターンと、新卒や第二新卒年代の未経験者を外部機関の研修を通じて多能工として育成していくパターンがある</li> <li>☐商圏内の売上シェア拡大のために営業人材の採用と、積極的な販促投資を推進</li> <li>☐設備販売台数増加に伴って仕入先との交渉を実施 ※特に販売に注力するメーカーを絞って交渉することにより、起ち上げ時と比較して大幅なコストダウンに繋がる可能性が高まる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☐自社多能工化による施工コストダウンを活かして、パック商品の付加価値を高める ※例)10年延長保証付き</li> <li>☐水廻り施工品質と完工高の安定化のために自社多能工の採用・育成を推進</li> <li>☐安定集客の基盤を強化するためにOBリピート集客強化 ※販促コストはそれまでの新規向けコスト比率が多い状態からOB向け販促にシフト</li> <li>☐メーカーや商社との交渉を通じて“自社オリジナル仕様”の商品開発なども可能となる</li> </ul>

# 高成長リフォーム会社の事業戦略 大公開セミナー2022

※全日程とも内容は同じです。ご都合の良い日程をお選びください。

## 講座内容& スケジュール

2022年9月6日(火)・8日(木)・10日(土)・14日(水)

申込締切日：9月2日(金) 申込締切日：9月4日(日) 申込締切日：9月6日(火) 申込締切日：9月10日(土)

オンライン開催 13:00~16:30 (ログイン開始：12:30~)

※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

一般価格：税抜 10,000円 (税込11,000円) / 一名様 会員価格：税抜 8,000円 (税込 8,800円) / 一名様

講座	セミナー内容
<b>第1講座</b> 13:00 S 13:50	<b>成長企業100社の事例から見てきた「勝ち組リフォーム会社の業態戦略」</b> 全国の地域1番企業を中心として、100社を超えるリフォーム会社の事例から、「今まさに伸びている会社に取り組んでいるリフォーム事業戦略」に焦点を当てて、業績動向と成長のポイントを解説します。 株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 Reformビジネスグループ マネージャー 齋藤 勇人 専門領域は住宅リフォーム事業の新規参入および活性化コンサルティング。 現在は全国各地の地域一番店や有力リフォーム会社において、成熟マーケットで勝ち残るためのビジネスモデル転換を数多くプロデュースしている。その他、異業種(住宅、不動産、建材卸、専門工事業)からのリフォーム事業新規参入や、集客不振企業のマーケティング活性化(Web)、営業組織マネジメント改善などの領域においても多数の実績がある。 
<b>第2講座</b> 14:00 S 14:50	<b>10年で年商8億→30億、株式会社ハウジング重兵衛が「水廻りリフォーム」で業績を上げ続けている方法と秘訣</b> 「競争激化で儲からない」というイメージを持つ経営者も少なくない水廻りリフォームで、持続的な成長と人材育成、高収益化を実現した株式会社ハウジング重兵衛。2021年にはリフォーム売上 千葉県No.1(リフォーム産業新聞社調べ)にまで成長した同社の取り組みをご講演いただきます。 株式会社ハウジング重兵衛 代表取締役社長 菅谷 重貴 氏 大学卒業後、新築営業や不動産営業を経て、2011年に家業である株式会社ハウジング重兵衛に入社。最初の1年は職人として現場で働き、2012年に常務に就任。水廻りリフォーム専門業態の起ち上げや積極的な人材採用・店舗展開などを推進して同社の成長を牽引した。2019年には6代目社長に就任して、新築事業や塗装事業、リノベーション事業などの多角化経営を加速させ、2021年にはリフォーム売上高で千葉県No.1を達成。現在も積極的な成長戦略に取り組んでいる。 
<b>ゲスト 講師</b>	
<b>第3講座</b> 15:00 S 16:00	<b>お客様が集まる・人が育つ・収益が上がる！成功企業のビジネスモデルを徹底解剖</b> 成功企業の取り組みの中から、①粗利率35%を実現する商品設計手法、②集客に困らない最新マーケティング手法、③未経験・新卒営業を半年で1人前にする営業の仕組みづくりの3点を重点的に解説します。 株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 Reformビジネスグループ Reformビジネスチーム リーダー 矢川 魁人 専門はリフォーム事業向けのコンサルティング。専門工事業からのリフォーム事業新規参入や活性化支援などに30社以上携わり、戦略立案から実務支援まで多面的にサポートしている。 特に、水廻りリフォーム専門店(Fast-Reform)の立ち上げ支援を中心に日々コンサルティングを行っており、最近では、Webサイトを活用したリフォーム集客のサポートまでコンサルティング領域を広げて、成功事例をプロデュースしている。 
<b>まとめ講座</b> 16:00 S 16:30	<b>水廻りリフォーム事業で成長する会社・伸び悩む会社の分かれ目とは？</b> 株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 Reformビジネスグループ マネージャー 齋藤 勇人 本セミナーでご紹介するビジネスモデルを実践するにあたって知っておいていただきたいリスクや陥りやすい失敗ポイント、そしてそれらを回避するための対策についても、事例をもとにお伝えします。

お申込みはこちらからお願いいたします。



右記のQRコードを読み取っていただき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。

※お申込に関してよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください  
URL: <https://www.funaisoken.co.jp/seminar/089264>

船井総研 089264

検索

