

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。

はじめての新規出店セミナー

お問合せNo. S090260

開催要項

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。

お申込期限:9月23日(金)

2022年 **9月27日(火)** 開始 13:00 ▶ 終了 15:30 (ログイン開始 12:30より)

オンラインにてご参加

お申込期限:9月25日(日)

2022年 **9月29日(木)** 開始 13:00 ▶ 終了 15:30 (ログイン開始 15:30より)

オンラインにてご参加

お申込期限:9月26日(月)

2022年 **9月30日(金)** 開始 13:00 ▶ 終了 15:30 (ログイン開始 12:30より)

オンラインにてご参加

お申込期限:9月29日(木)

2022年 **10月3日(月)** 開始 13:00 ▶ 終了 15:30 (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で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)/一名様 **会員価格** 税抜 8,000円(税込 8,800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。尚、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.090260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 **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。



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/090260>



オンライン受講

2022年 **9月27日(火)**
13:00~15:30
(ログイン開始12:30~)

お申込期限:9月23日(金)

2022年 **9月29日(木)**
13:00~15:30
(ログイン開始12:30~)

お申込期限:9月25日(日)

2022年 **9月30日(金)**
13:00~15:30
(ログイン開始12:30~)

お申込期限:9月26日(月)

2022年 **10月3日(月)**
13:00~15:30
(ログイン開始12:30~)

お申込期限:9月29日(木)

リフォーム会社の経営者の皆様へ

出店したいが、何をどうすればいいか...
新規出店のコストとリスクが読めない...
そんな経営者の皆様、必見のセミナー!

はじめての 新規出店

2億の会社が
10億を目指す

多店舗展開に失敗しない!
絶対に知っておくべき
出店ノウハウをすべて公開!

必勝セミナー

特別
ゲスト

採算計画

立地選定

店舗設計

オープン販促

マネジメント

2店舗で年商**6.0億**到達!リフォーム事業会社
を任された二代目社長が語る成功の秘訣



株式会社 ホーミック

株式会社ホーミック

代表取締役 栗野 弘也氏

オンライン開催

2022年 **9月27日(火)・29日(木)・30日(金)・10月3日(月)**

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。

はじめての新規出店セミナー

お問い合わせNo. S090260

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

セミナー
情報を
スマホで!



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。)→ **090260**

特別ゲスト紹介



株式会社ホーミック

代表取締役 **栗野 弘也氏**

2014年4月入社。
2020年4月に栗野建設のリフォーム部門である株式会社ホーミックを実父より継承。「チャレンジすると失敗する確率は増えるが、挑戦しなければ成功もない」をモットーに、積極的に様々な領域、取り組みを行っている。まずは何でもやってみる精神を大切にし、コロナ禍でも堅調に売り上げを伸ばしている。

特別ゲストインタビュー目次

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| 1. ショールームを出そうと思ったきっかけ | 4. ショールーム出店後の実績 |
| 2. ショールーム出店時の不安や課題 | 5. 出店して感じているショールームのメリット |
| 3. 不安や課題を解決するために取り組んだこと | |

1 ショールームを出そうと思ったきっかけ

船井総合研究所: 早速ですが、ショールームを出店しようと思ったきっかけを教えてください。

栗野社長: ショールーム出店前の2016年頃は、事務所でチラシのみで販促をしていました。当時から反響は取れていましたが、お客様とお打ち合わせするなかで**実物を見たいという声をたくさんいただいていた**。

それも当然で、そのエリアにはメーカーショールームがなく、隣接した市に行かないと実物を見ることができないという状況だったんです。

商品を最終的に決める際に、お客様と一緒にメーカーショールームに行くこともありました。しかし、当然ながらそのメーカーのものしかなく、色々なメーカーを見たいお客様とは**一日かけてメーカーショールームをめぐるという状況**でした。そんな状況でしたから効率の面でも、**事業を拡大させていくためにも自社ショールームが必要**だなと感じていたことが、ショールームを出そうと思ったきっかけです。



2 ショールーム出店時の不安や課題

船井総合研究所: ありがとうございます。ショールームを出そうと考えた際に不安や課題などはあったのでしょうか。

栗野社長: **不安は特にありませんでした。あえて言うのであれば、本当にお客様に来ていただけるのだろうかという不安は少し感じていました。**OPEN後の話になりますが、お店を出すイメージがスーパーマーケットやコンビニのようなイメージでしたので、あれほど来ていただけるのだろうか?と半信半疑でした。

船井総合研究所: たしかに身近な小売店と比較するとそうかもしれないですね。

栗野社長: 実際にOPENしてみると、1日1組程度の来店で最初は不安になりました。ただ、そもそもビジネスモデルも単価も違いますし、徐々に来店も反響も増えて行ったので、現在では出店して良かったなと思ってます。

船井総合研究所: 出店する際に課題と感じていたことはあったのでしょうか。

栗野社長: **課題は、店舗接客のオペレーションが固まっていなかったということです。**それまでは全てチラシからの反響だったので、問合せは電話でした。お電話をいただいて、アポイントをとるというのはできていましたが、来店いただいて対面でアポイント取得するということは全くの未経験でした。その部分は、早々に仕組み化していかなないとご来店いただけないと課題に感じていました。

3 不安や課題を解決するために取り組んだこと

船井総合研究所: その課題を解決するためにどのような対策を取られたか教えていただけますでしょうか。

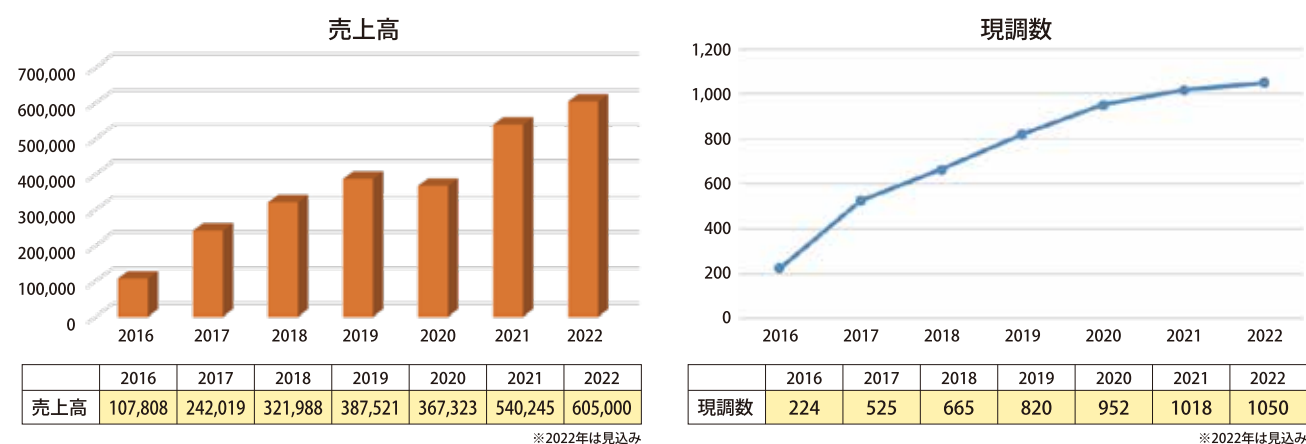
栗野社長: 対面でのアポイント取得は、オープン当初は50%程度でした。電話からのアポイントは90%程度取れていたのと比較すると非常に低い比率です。このアポイント率を上げていくために、**まずは目標の設定と共有から行いました。**当時の**目標は60%に設定**していました。そして、その目標を達成するために、自分たちで考えてオペレーションを決めてもらいました。

船井総合研究所: 決めてもらったというのは、接客を担当するショールームスタッフに任せたということでしょうか。

栗野社長: 細かい部分は、スタッフに任せました。しかし、接客のオペレーションの中で必ずやる事・ポイントは私のほうで設定しました。例えば**集計した数字を見ていくと、着座いただいたお客様のアポ率が良かったので「着座とアンケート記入は必ずやるようにする」というようなイメージ**です。着座とアンケート記入を100%にするために、着座のきっかけとしてお茶出しをするなど、様々な工夫をしました。お茶出しをすることで滞在時間が長くなり、自社について知ってもらう機会ができることで、結果としてアポイントが取得できるようになっていきました。このアポイント率の向上は、私もはじめての出店でしたし、ショールームスタッフも素人だったのでかなり苦労しました。**スタッフは素人で商品知識や現場知識はあまりなかったのに、無理にそこを覚えるより、お客様のお悩みやお困りを徹底して聞く方に注力してもらったのも良かった**んだと思います。現在では、この来店からのアポイント率は80%程度になっています。



4 ショールーム出店後の実績



船井総合研究所：ショールームをオープンしてからの実績を教えてください。

栗野社長：はじめての出店は下妻店で、2017年にオープンしました。オープンの際は、プレオープンとグランドオープンの2回の計4日間のイベントを行いました。その4日間で、344組のお客様にご来店いただきました。2020年には2店舗目の古河店で同様のオープンイベントを行い、107組のお客様にご来店いただきました。

船井総合研究所：両店舗とも100組を超えるというのは、本当に素晴らしい結果ですね。通常時の来店は、どのくらいあるのでしょうか。

栗野社長：下妻店で月50組、古河店で20組という感じです。来店数は年々増えていますので、古河店は下妻店と比較すると少ないですが、これからまだまだ伸びていくと思います。

5 出店して感じているショールームのメリット

船井総合研究所：最後にショールームを実際に出店してのメリットを教えてください。

栗野社長：正直なところ、デメリットはないと感じています。ショールームがあることで、お客様からの認知のされかたが全く違います。ショールームを知っていただくことで、狙ったお客様層を集められているなという実感があります。

さらに、お客様からの問合せルートも電話と来店になるのでお問合せのハードルが下がったこと、そして、自社ショールームでイベントを行えることにより集客数は年々増加し続けています。

その他にも、実物を見ていただきながら話ができることにより安心、納得してもらえる、イメージを膨らませやすいなどのメリットがあり、契約率も上がりました。営業目線だと、見積提出や契約をショールームで行うことで準備や移動の時間がなくなり、生産性が上がったなと感じています。

船井総合研究所：ありがとうございます。まだまだお聞きしたいところですが、具体的なショールームのレイアウトや展示商品、外観づくりなどについては、セミナー時により詳細にお話しいただければと思います。本日はありがとうございました。

船井総合研究所コンサルタント解説



株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リノベーションチーム
リーダー 西村 諒

集まる! 売れる! ショールーム作りのポイント

店舗集客については、ホームック様やその他の業績好調企業で共通している考え方やポイントがあります。その共通点をご紹介します。

01 好調企業ほど差別化の8要素を押さえている

業績好調企業で共通点として「差別化の8要素」を上から順に押さえる」という考え方があります。差別化の8要素とは、他社と差別化するポイントのうち、重要な項目をピックアップしたものです。下図がその内容を表したものになります。

8要素のうち、上位の項目がより重要であり、業績に与えるインパクトも大きい項目です。上位3項目は、一度実行すると簡単には変えられない、もしくは長期的に取り組む必要がある項目なので「戦略的差別化要素」と呼んでいます。そして、それ以外の項目は比較的短期間で実行できることから「戦術的差別化要素」と呼んで区別しています。

業績を上げようとする際、目に付きやすく、また改善しやすいのは戦術的差別化要素です。しかし、業績好調企業ほど「戦略的差別化要素」から考えることを徹底しています。

差別化の8要素

戦略のミスは戦術で取り返せない

順番を守ると効率的に収益が出やすくなる

戦略的差別化要素	①立地	1商圈1立地
	②規模	売場面積 展示台数
	③ストアロイヤリティ	地域の信頼と評判 店舗の認知
戦術的差別化要素	④商品力	営業対応 設計力 提案力 工事現場力
	⑤販促力	チラシ イベント (店内)POP力 ホームページ力
	⑥接客力	初期・店頭接客力
	⑦価格力	コストコントロール力
	⑧固定客化	アフター力 リピート力

④～⑧だけ注目せずに①～③から事業を考える企業が成長を続ける

02 店舗集客を最大化するために必ず押さえないポイント

好調企業は店舗集客を最大化するために、差別化の8要素をどのように押さえているのかをお伝えしていきます。**店舗集客では、8要素の中で特に「立地、規模、ストアロイヤリティ(+販促力)」を重視**しています。

まずは「立地」。好調企業は、当たり前ですが良い立地に出店することにこだわっています。良い立地とは**「良い立地＝交通量の多さ＋視認性の良さ＋人の流れ」**と考えることができます。広さや賃料はもちろん重要ですが、この3項目を何よりも重視して場所選びをしています。

次に「規模」。この**規模とは、ショールーム展示台数**のことです。好調企業は、出店する際に商圈内で1番にこだわっています。商圈内の競合に大型ショールームを持っている企業がある場合でも、例えば「キッチンの展示台数だけは1番を獲る」など、部分的にでも1番になることを重視しています。

最後に「ストアロイヤリティ」。**ストアロイヤリティとは、地域内での信頼と評判や店舗・会社の認知度**のことです。このうち地域内での信頼は、築くのに長い年月がかかります。しかし、ショールームがある、出店するということで高めることができます。評判や認知も長年に渡る努力で高めていくものですが、良い立地に一番規模のショールームを出すことで上げていくことができます。

その中でも認知をショールームのオープンと同時に上げることが、オープン後の集客や集客の安定に繋がっていきます。そのために好調企業は、共通のショールームオープン販促を行なっています。そのオープン販促とは、**「2段階オープン」**という方法です。

2段階オープンとは、OB客様と近隣3,000世帯のお客様にショールームを知ってもらうためのプレオープンイベントと、案件を獲得するためのグランドオープンイベントの2回のイベントを行う方法です。プレオープンでは、OB客様にはDMを送り、近隣の方には1件ずつ訪問してDMを配るという方法で開催を告知します。グランドオープンは、商圈内にチラシを折り込んで集客するイベントです。

“良い立地に、商圈内1番規模のお店を、2段階オープン販促でオープンし、認知を高めること”が、店舗集客を最大化し、業績アップできるお店を作るための**最初のポイント**になります。

セミナーでは、上記のポイントの他にもレイアウトや品揃え等についてもより具体的にお伝えします。

こんな経営者の皆様におすすめ

- ✓ **どこに、どのようなお店を出せば成功するのだろう?**とお悩みの経営者の皆様
- ✓ **出店したが、思うような結果が出ていない**とお困りの経営者の皆様
- ✓ **集客が足りていない、上手くいかない**とお悩みの経営者の皆様
- ✓ **長い間、年商3億円～5億円で伸び悩んでいる**経営者の皆様
- ✓ **地域密着でやってきたが、この先の展開に悩んでいる**経営者の皆様

講座内容		
講座	講座内容	講師
第1講座	リフォームショールーム成功のポイント リフォームショールーム出店のセオリーと出店して成功している会社の共通点について解説します。そして、事例から解る成功のポイントについてお伝えします。	株式会社 船井総合研究所 リノベ デベロップメントチーム リーダー 西村 諒
第2講座	特別ゲスト講座 株式会社ホームミック 代表取締役 栗野弘也氏にご登壇いただきます。実際にショールームを出店されて感じた集客や営業での変化、出店時のポイントやこだわりについてお話しいただきます。	ゲスト講師 株式会社ホームミック 代表取締役 栗野 弘也氏
第3講座	今すぐ取り組むべきはこれだ ゲストのお話や成功事例をもとに、ショールーム出店成功のポイントを整理します。そして、どの企業でもおさえるべき原理原則、そして今すぐ取り組むべきことについてお伝えします。	株式会社 船井総合研究所 Renovation ビジネスグループ マネージャー 井手 聡

本セミナーで学べるポイント

- POINT **1 ショールーム出店成功企業の出店戦略!**
- POINT **2 勝てるエリア・集まる立地の見極め方!**
- POINT **3 1店舗3億円! 集客できるお店の外観づくりのポイント!**
- POINT **4 4日間で100組来場! 鉄板のショールームOPEN方法!**
- POINT **5 契約できる! 仕組みとしてのショールームづくり!**

■株式会社船井総合研究所のご案内

中小・中堅企業を対象に専門コンサルタントを擁する日本最大級の経営コンサルティング会社。
業種・テーマ別に「月次支援」「経営研究会」を両輪で実施する独自の支援スタイルをとり、「成長実行支援」「人材開発支援」「企業価値向上支援」「DX(デジタルトランスフォーメーション)支援」を通じて、社会的価値の高い「グレートカンパニー」を多く創造することをミッションとする。その現場に密着し、経営者に寄り添った実践的コンサルティング活動は様々な業種・業界経営者から高い評価を得ている。