

限定1会場
2023年
11月14日火
大阪会場
TKP新大阪駅前
カンファレンスセンター

初! 登壇ゲスト リフォーム業好調企業事例

創業 8年 年商 2.1億円 営業利益0.5% 100万円で伸び悩んだ

4年間で 4.5億円 年商 2,500万円に 営業利益5.8% **急成長**

実話ストーリー

伸び悩みを打破するヒントを生の声で体感して下さい!



ゲスト講師の紹介

大阪府泉大津市を拠点に水廻りリフォーム専門店を展開。沢山勉強しさまざまな取り組みをしてきたが2億円で伸び悩み、成功ビジネスモデルを基に抜本的な戦略修正を実施。結果、量質共に強い会社生まれ変わりました。実践した経営者が、良いも悪いも含め本音で業績向上に必要なエッセンスをお話します。当日は質問も受け付けます!

この機会をぜひお見逃しなく!!

このような方は必見!のセミナーです

- ☒ 業績向上の**本音**の話を聞きたい方
- ☒ 営業利益**3%以下**で伸び悩んでいる方
- ☒ 現状が思い描いた状況ではない方

2019年5月まで

ビジネスモデル導入前

- ☐ 目に見える手法的取り組みに注力
- ☐ 商圈エリアを大阪全域に設定
- ☐ 電話・Web反響増に注力していた
- ☐ 粗利26%、契約率が40%前半
- ☐ 売れる人だけが売れている状態

2019年6月以降

ビジネスモデル導入後

- ☐ 戦略・戦術・戦闘を基に取り組みを整理
- ☐ 自社SRを中心に商圈を30万人に設定
- ☐ SR来店反響増を最重視
- ☐ 粗利35%、契約率68%に向上
- ☐ 営業未経験者9割が3年で粗利1,800万円達成

ビジネス本には書いてない本音と核心を伝えます

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

今すぐスマホでチェック!

地域密着リフォーム会社の勝ち残り戦略大公開セミナー

お問い合わせNo. S105868

大阪会場: 2023年11月14日 13:00~16:30 (受付 12:30~) TKP新大阪駅前カンファレンスセンター

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。

主催 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からも
セミナー情報をご覧いただけます。



当社ホームページ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。) → 105868

レポートを開いていただき 誠にありがとうございます

突然ですが、リフォーム事業でこのようなお悩みはありませんでしょうか？

- 業績が数年間横ばいで営業利益3%未満。
- コロナ禍で集客が減り業績が低迷している。
- 営業成長が遅く業績向上の速度があがらない。
- リフォーム事業の伸ばし方がわからない。

上記内容は、実は多くの企業に該当し、悩んでいる方も多いと思います。
実は、今回このレポートで紹介させていただく株式会社ヤマユウ 代表取締役
の山本優一氏も数年前は同じような状態で悩んでおられました。
しかし、ビジネスモデルの再構築、正確な数値分析で劇的に変化しました。

**「できていると思っていた取り組み」は同じに見えて実は成功ビジネスモデルとは全く違っており、
正しい視点で地道かつ堅実に続けていくことが確
実に安定的な業績向上に繋がっていく**

と気づいたそうです。今回は、上記のような自分と同じような状況で悩みを抱えている方に向けて、たくさん悩んできた経験者だからこそ伝えられることがあるのではないか、ということでインタビューに承諾をいただきました。このレポートの内容が皆様の経営の一助となれば幸いです。
それでは続きをご覧ください。

スペシャルコンテンツ 山本社長へのインタビューレポート



株式会社ヤマユウ

代表取締役

山本 優一 氏

本セミナー限定 スペシャル対談 一部ご紹介



株式会社船井総合研究所

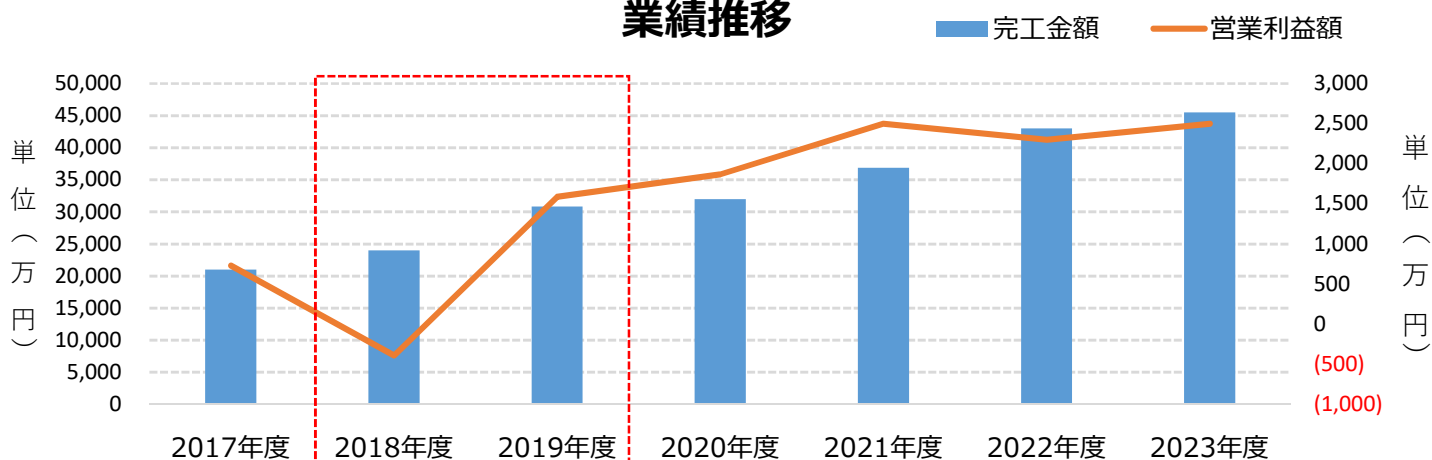
リフォーム支援部 リーダー

矢川 魁人

矢川：本日はお時間をいただき、誠にありがとうございます。早速ですがインタビューを進めさせていただきます。まずは、株式会社ヤマユウの年別業績を教えてくださいませんか。

山本：わかりました。業績は下記のようになっています。

業績推移



矢川：ありがとうございます。2018年度～2019年度で大きく数字に変化があることがわかりますね。ぜひ本日は、

①創業期～2018年度までの状況と取り組み

②2019年を境に数字が大きく伸びた転換点

③現在の取り組みと今後の展望について

お聞きできればと思います。早速ではありますが、創業期～2018年度まではどのような状況だったのでしょうか。



株式会社ヤマユウ
代表取締役
山本 優一 氏

骨太のリフォーム会社になるための ポイントがわかる本セミナー限定 スペシャルインタビュー



株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

【①創業期～2018年度までの状況と取り組み】

山本：私は高校卒業後、数年間仕事を転々としており、友人に誘われて設備工事会社に就職しました。しかし最初の半年で嫌になり勝手に退職をしました。それでも友人に説得され同じ会社に再就職をしました。その後は数年勤務し仕事も覚え、ユニットバスやシステムキッチンの組立をメインとする仕事でリーダー格になりました。またその頃、父は別業種の会社で働いていたのですが、その会社が倒産し、これをきっかけに親子2人で独立を決め、設備工事の下請業を始めました。独立前の取引先の繋がりや、大手企業や取引先から仕事をいただきながら生活はできていましたが、当時は苦しかったことが非常に多く

今、思い出してもあの頃には戻りたくないと思います。

矢川：具体的にはどのようなことが苦しかったのでしょうか。

山本：例えば、業務内容を知らされるのが前日で前準備や予定が立てられず、急遽連絡がきて対応ができないと、業務量を減らさることもありました。他にも元請企業の営業担当がお客様と揉めたことで、弊社への支払いが滞ったり、予定通りに入金がない事も多々ありました。

矢川：大手企業との取引でもそのようなことが起こるのですね。

山本：その企業だけかもしれないですが、下請の視点からみても対応全般、業務品質も問題があったと思います。仕事量はありませんでしたが、大きな会社に見下された感覚で理不尽な要求も多く、苦しく悔しい思いをしていました。このような状態が3年程度続きました。

矢川：元請化したのは、そこからの脱却の思いが強かったのでしょうか。

山本：それもありますが、単純に自分たちの方が**お客様のためにより良い仕事ができると感じた**のが大きな理由です。



株式会社ヤマチュウ
代表取締役
山本 優一 氏

骨太のリフォーム会社になるための ポイントがわかる本セミナー限定 スペシャルインタビュー



株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

山本：当然、仕事を貰っていましたので、恩は感じていましたが営業の進め方などを見て、これで良いのかと疑問を感じる場面もありました。正直な話、元請企業の担当者を見ていてこの担当者でも売れるなら、自分の方がもっといい提案ができると思いました。

矢川：そのような状況の中で元請け化を考えるようになったのですね。当時はどのような取り組みをおこなっていたのでしょうか。

山本：まずは、**元請け企業のモノマネ**から始めていきました。工事の知識や営業のやり方などは日々の活動の中で学べていたので、どのように**集客するかを中心に模索**をしていきました。折込チラシ、Webサイト、店舗などを模倣し、少しずつ前進してきました。

矢川：その間も下請け業務はおこなっていたのでしょうか。

山本：はい。下請け業務と並行し少しずつ元請け業務を増やしました。

ただ元請の売上が伸びるにつれて、少しずつ下請け業務を減らしていきました。ちょうどお世話になった大手企業担当者が退職するタイミングで、**完全に下請工事をしない体制に変更**しました。

矢川：元請け業務のみになってからは順調だったのでしょうか。

山本：**最初は着実に伸びていきましたが、売上が2億円前後に達したところから伸び悩みました。**2018年度前後で、**業務量が多い**のに業績がなかなか伸びず、こんなに苦労して頑張っているのに営業利益も毎年100万円前後しかなく**何のためにやっているのか、仕事が楽しくない日々が続いていました。**正直当時は、**生まれ変わったらもうリフォーム会社なんて絶対やらない**と思っていました。



株式会社ヤマコウ
代表取締役
山本 優一 氏

骨太のリフォーム会社になるための ポイントがわかる本セミナー限定 スペシャルインタビュー



株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

矢川：当時は具体的にはどのような状況だったのでしょうか。

山本：自分なりに勉強をして取り組んでも創業当初に描いた事業規模には中々到達せず、これが自分の限界なのだろうか…

と考えることが多くなりました。地元地域を対象とし、新聞折込チラシを研究し販促活動を行いました。見積依頼数が増えず集客に苦戦をしていました。以前の事務所を来店しやすいように「カフェ併設のショールーム」に改修をしましたが、思ったような集客効果はありませんでした。そこで次の取り組みとして地元商圈での業績向上は限界と考え、大阪全域を対象としてホームページで集客するお風呂専門店「お風呂倶楽部」を立ち上げました。

新規見積依頼が毎月10件～15件程度ありましたが、PPC広告を月90万円程かけていたので、新規見積依頼単価が6万円以上になり集客単価が高い状態でした。また地元エリアの活動に比べると、OB様からのリピートも少なかったです。後々になって気づいた事ですが、やはりリフォーム事業はリピート客が増えていかないと販促費も多くなり安定的に業績が伸びず、利益が残らない事業だと今では痛感しています。また、営業効率的な観点でも課題がありました。先ほど申し上げた通り大阪全域を商圈としているため、移動時間が長く、また1日現場を回って夕方帰ってきてから、見積作成や事務処理を行うため帰りが夜遅くなる事も多かったです。体力的にも精神的にも辛かったですね。どうにかしないといけないとは思っていましたが、どうすれば良いのか分からず、悶々としながら先が見えない状況でした。



株式会社ヤマコウ
代表取締役
山本 優一 氏

骨太のリフォーム会社になるための ポイントがわかる本セミナー限定 スペシャルインタビュー



株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

【②数字が大きく伸びた転換点】

矢川：そのような状況が、2019年度から業績数値をみても変わっていったのがわかりますがどのような変化があったのでしょうか。

山本：大きなきっかけは船井総合研究所にコンサルティングを依頼したことでした。当時私はコンサルタントに対して「自分で事業をしたことのない人に何がわかるものか」「人にアドバイスができるなら自分でやればいいのに」と思っていました。でも幼馴染の経営者が業績好調と聞いたので相談をしてみたら、船井総合研究所に依頼をしたら業績が上がったと話していて、他にも色々調べたら有名なリフォーム会社もコンサルタントを活用していたことを知りました。それで藁にもすがる思いで船井総合研究所へ相談をしに行き、「ダメ元で数年間取り組んでみよう」「これでダメだったらもう経営者をやめよう…」と思い、滝から飛び降りる覚悟でコンサルティング契約をしました。それから大きく2つの変化がありました。

1つ目は、本社を中心とした足元商圈を中心に活動を集中することでした。リフォーム事業は商圈シェア率を高めることが、利益率が高く強い会社の絶対的な条件と聞き、地元商圈の拡大を諦めていたことを見直し、地元商圈拡大を再度目指す取り組みに集中をしました。2つ目は、ビジネスモデルに基づく徹底的な数値分析です。今まで感覚で行っていた内容を徹底的に数値化し、成功事例を基に分析と目標達成にむけて取り組みを続けました。差別化の8要素という考え方を教わり、「戦略・戦術・戦闘」の中にある各項目について数値分析を用いて取り組みの優先順位を整理しました。



株式会社ヤマコウ
代表取締役
山本 優一 氏

骨太のリフォーム会社になるための ポイントがわかる本セミナー限定 スペシャルインタビュー



株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

自社の現状を数値化して業績数値を見直している中で「知っている、やっている、できている」の違いに気づき、**自分の中ではできているつもりでもやれていないことが多かったと気づきました。**

矢川：「知っている、やっている、できている」の違いに気づき、数値分析を徹底してビジネスモデルを変えていったというのはどのような取り組みだったのでしょうか。

山本：ビジネスモデルの再構築という観点で「差別化の8要素」における「戦略・戦術・戦闘」の基本と優先順位を整理しました。まずは戦略の1丁目1番地と教わった**①自社SRを中心に20万人で商圈を設定**して、**②設備機器を複数展示した水廻りリフォーム専門店で改装**、**③看板を含め店舗認知の強化、実店舗がある信頼訴求**しました。
今思うと、業績が伸びなかったのは戦略に対する理解が浅く取組が戦術に集中していたことが原因だと気づきました。

①立地戦略	1商圈1立地		
②店舗戦略	売場面積規模	展示台数	
③ストアロイヤリティ戦略	地域の信頼と評判	商圈内の好認知度	
④商品戦略	数・量・種・質	水廻りバックカ	工事現場力
⑤販促戦略	チラシ	イベント	(店内)POP力 WEB
⑥接客・営業戦略	初期・店頭接客力	営業対応力	
⑦価格戦略	コストコントロール(ダウン)力		
⑧固定客戦略	アフター力	リピート力	



株式会社ヤマユウ
代表取締役
山本 優一 氏

骨太のリフォーム会社になるための ポイントがわかる本セミナー限定 スペシャルインタビュー



株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

山本：まず3年間はどんなことでも言われた通りやってみようと心に決めて
「ビジネスモデルの重要性」を反復して理解に努め、専門店として
川上から川下に至るまで一貫性を追求し、改めて自社のコンセプト
トやメインとしたいターゲットを明確にした店舗作り、商品
作り、販促活動、営業の仕組み、売り方等に落とし込んでい
きました。取り組み始めは、疑いと葛藤の連続でしたが少しずつ
業績数値が向上し、改善が感じられるようになりました。

矢川：最初は疑心暗鬼の連続だったようですが、徐々に変化していったのは、具体的に数値・事象と心境の変化があったのでしょうか。

山本：最初にショールームの改装を行いました。当初から移転を提案されましたが、大きな投資が必要で当時余裕もなかったので、ここです
2年間どこまでやれるか挑戦してから次を考えることを決めま
した。1階が展示スペース(30坪)と倉庫(10坪)、2階が事務所で可能な限り水廻り設備の展示を行いスタートしました。

【和泉本店SR】2018年10月リニューアル

展示商品：SK5台、UB3台、トイレ5台、洗面台5台、その他サンプル等





株式会社ヤマコウ
代表取締役
山本 優一 氏

骨太のリフォーム会社になるための ポイントがわかる本セミナー限定 スペシャルインタビュー



株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

山本：一見すると、水廻り設備機器を展示しているだけの様に見えますが、
見て、触って、体験できる水廻りリフォーム専門ショールーム
として、**消費者が購入しやすい価格で陳列された戦略的品揃え**、
リフォームのプロが複数メーカーから選定したお勧め商品が
工事費込価格で展示、お勧めポイントが記載されたPOPが各
商品に設置され、この店に来店して展示商品から選べばリ
フォームが成功するという戦略を見える形で表現しています。
戦略的品揃え(マーチャンダイジング)をMD表という形式で、
プロが選定したお勧め商品が一覧表になり展示品とリンクし
て誰でもわかりやすく説明できるようになっています。

【システムキッチン MD表】

水廻り専門店がオススメする機能を取り揃えました！ 充実のシステムキッチン ラインナップ

お値段に応じて時短、自慢したくなるキッチンへ！

実物展示

価格	番号	メーカー	商品名	開口	ソフト モーション	シンク	水 栓	レンジ フード	加熱機器	収納	天 板	底 板	食洗機	其 他 オプション	キッチン パネル	備 考
108万円	1	LIXIL	リシェルS	2550	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※高圧洗浄機・乾燥機・シンク・レンジフード・収納・天板・底板・食洗機・その他オプションがすべて揃ったモデルです。
94.8万円	2	TOCLAS	ベリー	2550	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※高圧洗浄機・乾燥機・シンク・レンジフード・収納・天板・底板・食洗機・その他オプションがすべて揃ったモデルです。
89.8万円	3	パナソニック	ステディア	2550	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※高圧洗浄機・乾燥機・シンク・レンジフード・収納・天板・底板・食洗機・その他オプションがすべて揃ったモデルです。
79.8万円	4	LIXIL	アレスタ	2550	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※高圧洗浄機・乾燥機・シンク・レンジフード・収納・天板・底板・食洗機・その他オプションがすべて揃ったモデルです。
79.8万円	5	Panasonic	ラクシーナ	2550	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※高圧洗浄機・乾燥機・シンク・レンジフード・収納・天板・底板・食洗機・その他オプションがすべて揃ったモデルです。
79.8万円	6	TOCLAS	Bb	2550	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※高圧洗浄機・乾燥機・シンク・レンジフード・収納・天板・底板・食洗機・その他オプションがすべて揃ったモデルです。
74.8万円	7	パナソニック	ラクセラ	2550	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※高圧洗浄機・乾燥機・シンク・レンジフード・収納・天板・底板・食洗機・その他オプションがすべて揃ったモデルです。
69.8万円	8	TOCLAS	Bb	2550	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※高圧洗浄機・乾燥機・シンク・レンジフード・収納・天板・底板・食洗機・その他オプションがすべて揃ったモデルです。
64.8万円	9	LIXIL	AS	2550	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※高圧洗浄機・乾燥機・シンク・レンジフード・収納・天板・底板・食洗機・その他オプションがすべて揃ったモデルです。
59.8万円	10	Panasonic	ラクシーナ	2550	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※高圧洗浄機・乾燥機・シンク・レンジフード・収納・天板・底板・食洗機・その他オプションがすべて揃ったモデルです。
54.8万円	11	LIXIL	シエラ	2550	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※高圧洗浄機・乾燥機・シンク・レンジフード・収納・天板・底板・食洗機・その他オプションがすべて揃ったモデルです。
49.8万円	12	パナソニック	ラクセラ	2400	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※高圧洗浄機・乾燥機・シンク・レンジフード・収納・天板・底板・食洗機・その他オプションがすべて揃ったモデルです。
49.8万円	13	Panasonic	ジーンズスターシェンV	2400	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※高圧洗浄機・乾燥機・シンク・レンジフード・収納・天板・底板・食洗機・その他オプションがすべて揃ったモデルです。
39.8万円	14	LIXIL	シエラ	2400	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	※高圧洗浄機・乾燥機・シンク・レンジフード・収納・天板・底板・食洗機・その他オプションがすべて揃ったモデルです。



株式会社ヤマコウ
代表取締役
山本 優一 氏

骨太のリフォーム会社になるための ポイントがわかる本セミナー限定 スペシャルインタビュー



株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

矢川：ショールームをリニューアルオープンされてどのような変化がありましたか？

山本：土日開催のオープンイベントは来場142組、アポ40組でした。こんなに来ると正直思っていなかったもので、非常に驚いた記憶が鮮明に残っています。改装前の平均見積数が30件弱/月でしたので、4日間で1カ月の見積依頼数を超えました。イベント後は間髪入れずメニューチラシを折込し、次の半年は平均見積数が40件/月を超えました。SRリニューアルの効果は確実にありました。

矢川：半年間の平均見積数の向上は、しっかり集計していないと気づかない内容で一見地味に見えますが、確実に力がついてきた証拠ですね。オープン後の販促はどのように変わっていったのでしょうか？

オープニングイベント

10/27・28日
あさ10時スタート!!

全部で18台の実物展示!

72% OFF!!

超特価大バーゲン!!

16万円 **7万円** **41万円** **3万円**

YAMA YAMA 株式会社 ヤマコウ

和泉本店ショールーム
和泉市箕形町3丁目10-25
0120-53-2125



株式会社ヤマコウ
代表取締役
山本 優一 氏

骨太のリフォーム会社になるための ポイントがわかる本セミナー限定 スペシャルインタビュー



株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

山本：以前は月に一度D3チラシを約20万枚、新聞折込を行っており**新規見
積獲得レスは約1組/13,000枚**でした。改装後はショールーム
オープン効果を活用すれば、**D4サイズでも反響向上は可能で
コスト削減もできる**というので実施した結果、**新規見積獲得レス
が1組/7,500枚に向上**しました。**D3チラシで新規見積獲得
単価11.7万円**だったのが、**D4チラシで3万円になり集客コスト
が1/4になり、実質的に約4倍の効果が出ました。**チラシ内容
は変わらないように見えますが、ビジネスモデルを周到した紙面構成
になっていて、**差別化の8要素にある①立地、②店舗、③ストア
ロイヤリティが背景にあることで、戦術が活きていることを
実感**しました。

矢川：外からは見えない、実際に取り組んだ方しかわからない感覚ですね。
チラシ折込方法にも秘訣があるようですが、どのような内容ですか？

【取り組み前のD3チラシ】

【取り組み後のD4チラシ】



社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

矢川：店舗周辺の集客が多いのは、立地戦略が影響している証拠ですね。高反響エリアがわかれば、販促費が効果的に使えるという事ですね。

【エリア別分析の一例】





株式会社ヤマユウ
代表取締役
山本 優一 氏

骨太のリフォーム会社になるための ポイントがわかる本セミナー限定 スペシャルインタビュー

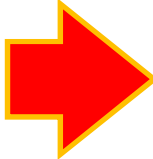


株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

矢川：2018年当初は、契約率40%台前半だったのが、現状では67%に上がってますね。約4年でこんなに上がっているのは何故ですか？

山本：2018年頃は他社状況を知らなかったもので、自社の契約率が低い感覚もありませんでした。ただ改善余地は十分あるとアドバイスをもらい契約率向上に向けて下記の取り組みを徹底的に継続しました。

- ①失注分析会議 → 1カ月前に戻れたらどんな取り組みができるか
- ②重点案件会議 → 進行中案件に対してメンバー間ディベート
- ③毎月担当別の契約率測定 → 社内で見える場所に現状を掲載
- ④評価制度に契約率項目導入 → 年間通じて契約率の意識継続

	2018年度		2023年度
契約率	新規 : 35%		新規 : 60%
	OB : 55%		OB : 75%
	合算 : 42%		合算 : 67%

※契約率 = 契約数 / 見積依頼数にて算出

矢川：契約率がこれだけ改善すれば業績の上がり方も変わりますね。同時に粗利率も改善されてますね。こんなに上がっているのは何故ですか？

	2018年度		2023年度
粗利率	26%		34%

山本：2018年頃は競合も多く、高くすれば売れなくなり26%が限界だと思っていました。3年くらいかけて下記の取り組みを続けた結果、状況は劇的に改善し、税理士さんにもこの上昇率は凄いですねと褒められました。

- ①工事原価見直し → 多能工化を推進し工程/単価を適正整備
- ②商品仕切率見直し → 業界基準値を基に商社と再交渉
- ③見積作成時の粗利率確認 → 見積作成時に粗利率を上長確認
- ④初回ヒアリング強化 → 値段が高くても売れる特命受注対策



株式会社ヤマウチ
代表取締役
山本 優一 氏

骨太のリフォーム会社になるための ポイントがわかる本セミナー限定 スペシャルインタビュー



株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

矢川：集客が好調になれば、次は採用も課題になると思いますが特に営業担当の採用はどのようにされているのでしょうか？

山本：広告募集型で中途採用をしていますが、未経験者がほとんどです。
お金をかけた分、元を取ろうとして失敗した経験があり最近、
「適正検査」と「独自の価値観テスト」を設け価値観の合わない人の採用をやめました。未経験でも上司による見積・現場確認、重点案件会議等でチェックポイントを設け一定期間、確実に実施すれば3年目にはほとんどの人が下記目標どおり完工粗利1,800万円の実績に到達するサイクルになってきました。
ただ、粗利1,800万円/年を稼ぐには3年程度必要で、業績速度を上げる為に「即戦力人材の採用」を開始し、9月に1名採用しました。

完工粗利目標/年			4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
中途入社 1年目	990	万円/年	50	50	50	80	80	80	100	100	100	100	100	100
中途入社 2年目	1,440	万円/年	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
中途入社 3年目	1,800	万円/年	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
中途入社 4年目	1,800	万円/年	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150

矢川：未経験者も順調に育つスキームは素晴らしく即戦力人材の活躍も楽しみですね。育成に際する人事評価制度等はどのようにされてますか？

山本：2018年までは、感覚で評価していて明確な基準がありませんでした。
社員が明確な指標とやりがいをもつ為には評価制度が必要と考え
2019年から取り組んできました。最初は個人年収を明確に計算できる制度を目指してきましたが、今は組織力強化に注力し、会社が求める幹部社員の育成に向け「メンバーが上司を評価する360度評価」、「マネジメント評価」を追加しました。業績向上と合わせ全体的に年収が向上し良い方向に活かされてます。



株式会社ヤマコウ
代表取締役
山本 優一 氏

骨太のリフォーム会社になるための ポイントがわかる本セミナー限定 スペシャルインタビュー



株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

矢川：ここまで2018～2019年の出来事を中心にお聞きしてきましたが、2020年1月のショールーム移転は大きな転機だったと思いますが、その経緯とその後の変化をお聞かせいただけますか？

山本：ショールーム移転は大きな転機でした。以前の店舗と比べると家賃は倍近くで、自社にはまだ早いのではと本当に悩み迷いました。
ただ先を見据えた時、現状では大きな将来は望めないのは明確で、数年先の計画・利益を何度も計算した上で、「これでダメだったらどの道先はないし、最悪厳しい結果になっても再スタートはきれる！」と思える状態まで試算し、覚悟を決めて移転を決めました。2020年1月移転後、3月にコロナ禍に突入し、不安定な時期もありましたが、コロナ禍でも4期連続増収増益を達成しました。旧店舗では約40件/月だった反響数が、ずっと約90件/月で安定推移しています。また人材育成の観点で展示品や来店数が増えたことにより営業がしやすくなり、営業効率・契約率も向上して若手の成長速度が格段に向上しました。今思えば「移転していなければ今の状態はないな…」「あのタイミングで移転できたことは本当に良かった」と心から感じています。

【泉大津SR】

2020年1月 グランドオープン



SK12台、UB5台、トイレ13台、洗面台10台、その他





株式会社ヤマユウ
代表取締役
山本 優一 氏

骨太のリフォーム会社になるための ポイントがわかる本セミナー限定 スペシャルインタビュー



株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

【③現在の取り組みと今後の展望】

矢川：現在の取り組みと今後の展望について教えてくださいませんか？

山本：今までおこなってきた「戦略・戦術・戦闘」の取り組みは、改善と継続を続けていきますが、**今は組織体制の強化、特に幹部育成、採用・教育・評価制度の整備などが課題**になっており、数年前に比べると内容が変化してきました。数年後には**年商10億円を目標**としており、その為に**2号店出店、塗装事業強化、その他付随事業の起上げを視野**に入れています。ただ売上だけが伸び、幹部や社員の成長が伴っていなければ本当の意味で良い会社ではないと考え、従業員にどのように成長してもらいたいかわかる明確に伝えること、自分も一緒に成長していくことが今後の課題です。また、**3年前から経営方針発表会を実施しています。1年の結果、目標差、現状分析、この先目指す姿に対し全社員が反省と対策を考え向き合う重要な場所として機能し始めています。数年間の取り組みは普遍的な事が中心ですが「成功事例を素直に学ぶ」「すぐに行動する」「確認と改善を継続する」が成長する為に極めて重要と気づきました。**

ヤマユウ 業績推移と今後の展望



※2024年度以降は、2020年度に設定した中期経営計画売上目標



株式会社ヤマユウ
代表取締役
山本 優一 氏

骨太のリフォーム会社になるための ポイントがわかる本セミナー限定 スペシャルインタビュー



株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

【リフォーム事業を行う皆様へ】

矢川：非常に多くの内容についてお話をいただき、誠にありがとうございました。最後に売り上げが伸び悩んでいる企業や経営者の皆様へメッセージをいただけますでしょうか。

山本：承知いたしました。私の経験から言えることは、経営には「特効薬はない」ということだと思います。複合的に絡まった課題に優先順位をつけて現状分析と適切な整理を行い、定期的にチェックポイントを設定して改善し続けることだと思います。

また、その取り組みは地道で根気が必要な内容ですが、地道な取り組みを継続し続けて一定期間が経過し振り返った時、業績向上に変化しているものだと思います。

私の場合は特にそうでしたが、成功事例を受け入れ素直にやり続けることだと思います。そして、やると決めたら振り切ること、やるべき取り組みを継続していくことしかないと考えています。私もより一層精進をして参ります。皆さまと意見交換ができることを楽しみにしております。

矢川：大変貴重なお言葉ありがとうございます。以上でインタビューを締めさせていただきます。この度は、誠にありがとうございました。

本レポートをお読みいただいた皆さまに

特別なご案内があります！

ぜひ、次のページをご覧ください！



伸び悩んでいるリフォーム売上を再度成長軌道に乗せる！ 具体的な取り組みをたった1日に凝縮

ここまでをお読みいただき、ありがとうございます。
株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部の
矢川 魁人と申します。

このレポートをお読みいただいた皆様は、おそらく自社の現状に課題を感じているか、あるいは今よりも高い目標を掲げ、それを実現するための戦略を模索していらっしゃる方だと思います。

今回のレポートでは、皆様の今後の取り組みのヒントになればとの思いから、株式会社ヤマユウのご協力のもと、今伸びているリフォーム会社が実践している戦略を、事例を基にご紹介させていただきましたが、紙面の都合もあり一部しかお伝えできておりません。

そこで、「今回の事例をもっと詳しく聞きたい」と思われた事業主の皆様を対象に、株式会社ヤマユウ 代表取締役の山本 優一氏をゲスト講師としてお招きいたしました。このセミナーは単なる学びの場ではなく、多くの気づきと取り組んできたからこそ言える生の声がきけて、即実践できる内容構成になっています。たった半日参加するだけで、**リフォーム事業をより収益性が高く、成長するビジネスに進化させる道筋がわかる**講座内容になっております。ぜひ、別紙の内容をご覧ください。



株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部
専門工事ビジネスグループ
リフォームビジネスチーム
リーダー 矢川 魁人

成長企業 お客様の声を紹介します！

7年かけて超えられなかった
年商2億円が、**4年**で**5.5億
円 営業利益7%**に成長！

大阪府
リブウェル株式会社
代表取締役 金井 敬 氏



SR出店で集客が安定し、20代の営業中心で業績が伸びています。ビジネスモデル導入が大きな転記となり業績が向上しました。

リフォーム年商：5.5億円
商圏人口：30万人 商圏：松原市

わずか**2年**で**3店舗**合計の
リフォーム年商が8.2億円
から**14.9億円**に大幅成長！

山形県
株式会社近江建設
代表取締役 最上 拓朗 氏



大型ショールームで2つの専門ブランドを展開したことで、大幅な売上向上に繋がりました！若手もぐんぐん伸びています！

リフォーム年商：14.9億円
商圏人口：60万人 商圏：山形県

コロナ禍で年商6.0億円から
9.4億円を達成！1人当りの
月生産性は脅威の**220万円**！

茨木県
株式会社ホーミック
代表取締役 栗野 弘也 氏



先代から引き継いだ中で不安の連続でしたが、ビジネスモデルを愚直に取り組み続けた結果、売上アップを実現することができました。

リフォーム年商：9.4億円
商圏人口：30万人 商圏：下妻市

**1店舗、営業8名、年商7.8億
商圏シェア12%**！コロナ禍
でも**3年連続**で**増収増益中**！

鳥取県
株式会社マツワ
代表取締役 松岡 力也 氏



リフォーム事業開始時は年商1200万円でしたが毎年着実に成長してきました。コロナ禍でも安定成長を継続しています！

リフォーム年商：7.8億円
商圏人口：18万人 商圏：鳥取市

地域密着リフォーム会社の勝ち残り戦略大公開セミナー

会場

TKP新大阪駅前カンファレンスセンター

〒533-0031大阪府大阪市東淀川区西淡路1-3-12 新大阪ラーニングスクエアビル 4階・5階
JR東海道本線 新大阪駅 東口(12) 階段降りて 徒歩1分

日時

2023 年 11 月 14 日 (火)

開始

終了

13 : 00 ▶ 16 : 30 (受付12 : 30~)

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場はマイページにてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

申込期限

各開催日の4日前まで

- 銀行振り込み：開催日6日前まで ●クレジットカード：開催日4日前まで
- ※お支払い方法によって異なりますのでご注意ください ※祝日や連休により変動する場合がございます。
※満席などで期限真にお申込みを締め切る場合がございます。

受講料

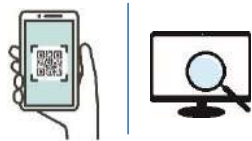
一般価格 税抜 30,000円 (税込33,000円) /一名様

会員価格 税抜 24,000円 (税込26,400円) /一名様

- 銀行振り込みの方は、開催4日前までにご入金をお願いいたします。なお、ご入金の際は税込金額でのお振込みをお願いいたします。万が一、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。
- 会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、及び社長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みに適用となります。

お申込み方法

1 Webお申込み



下記QRコードを読み込みもしくは船井総研右上検索窓に

105868

で検索

2 お支払い



お申込み時にクレジットカード・銀行振込のご選択が可能

3 メールが届く



受講料お支払い確認後お申込み手続き完了のお知らせをメールで案内、マイページにもご案内が表示されます

4 セミナー受講



お申込みされた会場にてセミナーへご参加ください

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)

▽よくあるご質問

お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。

▽お申込みはこちら



地域密着リフォーム会社の勝ち残り戦略大公開セミナー

「生まれ変わったらリフォームなんて絶対やらない」と言った社長が変わった！
営業利益100万円が4年間で⇒2,500万円に！
地道に取り組み続けた経営者の苦労と成果が生で聞ける！

日程
会場

2023年

- 会場 -

11月14日(火)

13:00~16:30

(受付12:30より)

TKP新大阪駅前
カンファレンスセンター

第1講座

成熟期のリフォーム業界を勝ち抜く、地域密着リフォーム会社の戦略とは？
舵取りが困難な時代でも勝ち続けるリフォーム会社の事例から、「今まさに伸びている会社が取り組んでいるリフォーム事業戦略」に焦点を当て、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 リーダー 矢川魁人



リアルで聞きたい
ことが聞ける！

第2講座

戦略の転換でコロナ禍にも拘わらず、4年連続増収増益！
3年で年商2億円から5億円へと成長させた方法と秘訣
ウルトラCは必要ない！“地道に”、“着実に”やるべきことをやり続けた株式会社ヤマコウ。同社の取り組みを代表取締役の山本優一氏に直接質問をしながらか徹底解剖していきます。ご参加の企業からの質問時間も設けております。

株式会社ヤマコウ 代表取締役 山本優一氏
株式会社船井総合研究所 不動産・賃貸支援部 シニアコンサルタント 半崎泰生



第3講座

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
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・新卒営業を半年で一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 米村智晴



第4講座

地域密着のリフォーム会社で成長する会社と伸び悩む会社の分かれ目
成長するために必要なことは、やり切る実行力です。実行力を上げるポイントについて事例をもとにお伝えします。

株式会社船井総合研究所 リフォーム支援部 リーダー 矢川魁人



セミナーは当社ホームページからお申込みいただけます！

右記QRコードからお申込みフォームに直接アクセスできます。必要事項をご入力の上、お申込みください。
※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。

セミナーWebページ ⇒ <https://www.funaisoken.co.jp/seminar/105868>

QR
は
こ
ち
ら

