

塗装業界向け

その悩み
マルツと一気に
解決しませんか!!

はこれ以上
増えるとは
思えないし、

公共事業

は納期も大変で
利益も少ないし、

下請工事

はライバル企業
だらけで安売り
ばっかりだし、

住宅塗装

参入1年目で年間売上1.5億円

工場塗装

平均単価
500万円

見積件数
40件

の工場塗装
案件が

Webサイト作るだけ
DM配布するだけ
メルマガ送るだけ

これだけで
集客
できます

ゲスト
講師

有限会社東海装建
専務取締役

船越 夏樹 氏

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Fundai Soken

工場塗装モデル 業績UPセミナー

船井総研セミナー事務局

E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp

お問い合わせNo.S108777

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。

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。) → 108777 🔍

DMを開いてくださった皆様へ

いま、このダイレクトメールをお読みの皆様。
昨今の住宅塗装の業績状況はいかがでしょう。

おそらく、思い描いていた業績の伸び幅を達成できなかった方もいらっしゃるかと思います。しかし、それもそのはず、今や塗装専門店が当たり前で、他業種の大手の参入により競争が激化している中、近年の物価高の影響で塗装ニーズが低下している状況にあります。特に昨年2023年では、

**全国の100社以上の塗装会社において、
反響数が昨対で30%以上低下してしまった
会社も多く見受けられました。**

今塗装会社は、これから「衰退期」を迎える塗装業界にどのように向き合っていくのかが試されている状況です。

一方で、このような状況の中でも業績アップに成功している会社が全国には多数いらっしゃいます。そして2024年、さらなる飛躍を遂げようとされています。今回のダイレクトメールで取り上げている愛知県の有限会社東海装建は工場塗装に新規参入し、**初年度で売上2倍を達成**されています。

このような成功事例をお伝えすると

「そんなうまくいくわけがない」

「既存業者のつながりが強いから元請け化できない」

「これまでいろいろ試したけど、売上高にはつながらなかった」

そのような声も聞こえてきそうですが、誤解を恐れずに言うとそれは大きな勘違いです。

なぜなら、今回ご紹介する有限会社東海装建以外にも成功されている会社は全国に多数いらっしゃるからです。

2 **では、その成功の秘訣は何なのでしょう？**

実はその成功の秘訣というのは何も特別なことではありません。
業績を伸ばし続けている企業には1つの共通点があります。
それは、

工場塗装事業に早期参入し、 全国の成功事例を自社に取り入れている

ことです。

もちろん100%成功するわけではありません。しかし、実際に成功している企業の事例を自社でまずは「真似してみる」ことで成功確率は高くなります。

そして、これだけは言えることがあります。

早期参入した会社と 成功事例を真似して実践し続けた会社の 成功する確率は高くなる

ということです。

競合過多、物価高騰によるニーズ低下など、多くの困難が立ちまはる今だからこそ、全国で成果の出ている成功事例をこのセミナーで学んで業績アップの確率を高めていきましょう。

何としてでも業績を向上させたい。そんな思いを持っていらっしゃる経営者の方は、ぜひこのセミナーにご参加ください。一足先に工場塗装に参入し、業績を伸ばされている有限会社東海装建をゲストにお迎えし、成功されたポイントから苦悩までご講演いただけることとなりました。

皆様のご参加をお待ちしております。

次ページからは実際の成功事例企業のご紹介です



ゲスト
講師

既存の戸建て塗装をやりながら
工場塗装の元請けに新規参入して1年で

売上
7,000万円

平均単価
約100万円

➡ 売上1.4億円

➡ 平均単価
約1,000万円

愛知県 有限会社東海装建
あま市 専務取締役 船越夏樹氏

■ 絶望的な状況の中で、未来を変えた法人向け塗装 『私は特別なことは一切してません。』

愛知県あま市にある有限会社東海装建という会社のただの経営者です。ひと昔前までは、経営者というより【塗装職人】と呼ばれる方がしっくりきていました。そんな私が工場・倉庫の法人塗装の元請けに新規参入することで1年で売上2倍を達成することができました。少しでも工場・倉庫の元請け塗装に興味のある方は一度、読んでみてください。



■ 塗装業界に足を踏み入れたきっかけ

私は高校卒業後、すぐに塗装屋さんになったわけではありません。最初はお酒を造る会社に就職しました。そこで3年ほど働き、父の会社である東海装建に入社しました。21歳ほどで転職したんですが、正直当時の自分はそこまで考えてなく、「職人の方がより稼げるだろう。」と安易な考えで転職したことはよく覚えています。そこから塗装人生が始まります。当時は元請けさんがいて、そこから9割ほどの工事をいただいております。とくに某大手自動車メーカーの工事などの修繕を主にしていた元請けさんでしたので、仕事も切れることなく身内＋協力会社さんで施工をおこなっていました。「私も父の後を引き継ぎいずれは同じ仕事を。」と思っておりましたが、**そんなときリーマンショックが起きました。**当時は訳も分からず、ただただ現場で作業をしておりましたが、少しずつ影響が出てきました。ぽつぽつと仕事の依頼が少なくなり、**ときには1カ月ほど仕事がない時も。**それでも身内だけでしたので、応援に呼んでももらったりして何とかやり過ごしていました。地域の皆様に愛される塗装店でありたいと日々奮闘してきましたが、会社に利益を残すための最低限の工事すら、ままならない状況になりつつあり、何とか打開しなければと思い悩む日々がしばらく続きました。



■まずは住宅塗装で元請け化を達成！

そこでまず実践したのが住宅塗装の元請け化です。まずはチラシ集客から始めて、そこから自社の戸建塗装専門HPやショールームを作っていました。想像以上に反響を獲得でき、下請け仕事に依存していた会社体制から、元請け化比率が高く利益が残る会社になっていきました。

しかし、時代の流れは速く、あっという間に次の問題が現れました。



■戸建塗装専門店が急増し、競争が激化。 思うように売上高が伸びなくなってしまった。

戸建塗装の元請けをしている会社であれば間違いなく実感されていると思いますが、ここ数年で急激に戸建塗装会社が増えてきています。チラシやHPはもちろんですが、ショールームや野立て看板、バス広告など、そこら中に塗装屋さんがある状態です。

最初の頃は「自分たちの方が住宅塗装を始めたのは早かったし、認知度も負けないだろう」と思っていました。その思いとは裏腹に、集客数が減少したり営業段階で負けてしまうことも増えてきました。普通では到底できないような価格で見積もりを作る業者も出てくるようになり、「価格勝負」になることも以前と比べ増えました。そこからまた打開策を模索する日々がしばらく続きました。

■『法人企業へのアプローチ』が 大きな分岐点でした。

工場・倉庫といった建屋をお持ちの企業から、「元請け」で工事を依頼いただけないだろうか。あたる案件によっては、一度で数千万円の工事もあるため、一気にこの状況を打開できるかもしれない！そこで思い立ったのが、法人企業へのアプローチでした。まず取り組んだのが、信頼を獲得するうえで必須ツール、工場塗装専門のホームページの作成でした。作成してみたの結果ですが、

戸建て塗装と比較して競合他社が圧倒的に少ないので、ほとんど更新をかけず、

広告費用もほとんど掛かっていないなか、年間3~4件のペースで反響が発生しています。ホームページからの受注をもとに次に取り組んだのはDM集客です。初めてDMを配布する時は不安もあったのですが、住宅塗装のチラシ費用と比較すると安かったので撒いてみることにしました。すると、こちらからも反響が数件発生しました。

DMからのお客様は必ず何かしらのお悩みがあるので温度感が高く、すでに合計数千万円の工事を依頼いただいています。



■ 大型案件の受注続出！業績2倍のV字回復！

弊社は法人塗装の元請けに参入して1年が経ちましたが、**初年度で売上7,000万円を新たにすることに成功し**、全体では1.4億円の売上となり、**事業の新たな柱ができ、年商は2倍になりました。**今ではホームページ、DM集客に加えて、テレアポ

や経済新聞への広告掲載、F B広告など、さまざまな集客に本格的に取り組み始めました。工場塗装は検討期間が長く、信頼を勝ち取るための企業向けの資料

や丁寧な追客が必要ですが、**単価が圧倒的に高いです。また、対応案件数も多くないため、新たな人員が必要ないことも工場改修ビジネスの魅力だと思います。**今期に入り、戸建



▲元請けで外壁塗装を依頼いただいた企業の工場

厳しい状況ですが、**工場改修ではすでに2,000万円程の温度感の高い見積もりが2件発生しています。**売上の見込みがあること

とで次の集客が行えますし、施工を絶やさなければ良い職人を保つことができます。事業の柱を複数つくすることは、この良いサイクルを回すために非常に有効だと感じています。少しでも工場改修ビジネスにご興味があれば、ぜひセミナーにご参加ください。私の体験談を余すことなくお伝えさせていただきます。

当日皆様にお会いできることを楽しみにしております！

■ 東海装建の今後の展望

東海装建の今年度の工場改修ビジネスの目標売上は1億円です！
より事業の柱として事業を大きくしていきたいのですが、目標



達成に向けてすでに動き出しています！例えばDXツールの導入です。工場改修ビジネスのお客様はご依頼いただくまでが長い代わりに、一度依頼をいただければ継続

して工事を任せていただけることが多いです。そこで、お客様との関係性を維持するためのDXツールを導入しました。**テレ
アポなどで名刺交換をした見込みの方と合わせて、「メルマガジン」をお送りしています。**定期的にメールをお送りし続けることで、何か工場倉庫の管理で困ったことがあった際に、東海装建を思い出してもらえるようにしていきたいですね。このメルマガジン、非常に優れモノで、アプローチ先がどのメルマガを見ているのかを出すことができます。すでに追加工事を数件いただいておりますが、よりお客様のお悩みを汲み取って、新規案件の発生や、リピート受注を加速させていきたいと思っております。

工場・倉庫施設管理.com

～工場・倉庫の施設管理担当者向け
お役立ち専門情報～

お世話になっております。東海装建の船越です。
今回のテーマは、工場・倉庫で雨漏りが発生した際の対処法です。

工場倉庫の雨漏りはどうして起こるの？

屋根修理が必要となる雨漏りは、その大半が経年劣化によって起こると言われています。こうした状況に陥った屋根には、塗膜の剥がれやコケ・カビの発生、ボルトが抜ける・錆びるといった症状が生じています。また場合によっては、材料の不備や設計ミス、施工不良などによって雨漏りが生じることもあるため、「経年劣化はまだ生じないだろう!」といった楽観視は禁物だと言えます。特にゲリラ豪雨や巨大な台風が多く到来する近頃では、それだけ工場倉庫の屋根や外壁への負担もかかっていますので、定期的にチェックやメンテナンスを行うようにしてください。

雨漏りの一時的な対処方法とは？

3分間紙上コンサルティング  明日のグレートカンパニーを創る Fundai Soken

工場改修モデル新規参入 成功のストーリーを解説



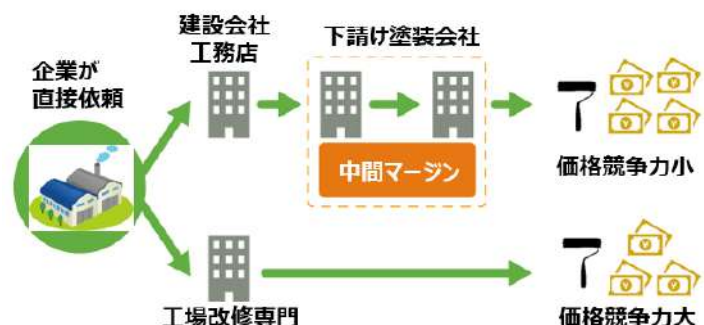
株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部
専門工事ビジネスグループ
塗装デジタルチーム 飯野和真

ここまで有限会社東海装建 専務取締役 船越夏樹 氏の取り組み、成功企業レポートをお読みいただきましたがいかがでしょうか。申し遅れましたが、わたくし、株式会社船井総合研究所リフォーム支援部の飯野和真と申します。現在、全国で塗装業をおこなっている会社の皆様へ「工場改修ビジネス」を通じて業績アップのお手伝いをさせていただいております。有限会社東海装建が実践されている工場改修ビジネスについて解説させていただきます。

工場改修に取り組むメリットはコレだ！

まず始めに、この事業は成長市場で、塗装会社が参入すると成功する確率が高いマーケットです。その理由は、現在工場改修をおこなっている会社は、建設会社や工務店が地場の防水会社、塗装会社に丸投げしているケース、または、経営者が銀行に相談をして、施工会社を紹介するケースがほとんどであり、その場合のほとんどで中間マージンが発生しています。その点、塗装業の場合、この事業を行うと中間マージンがなく価格競争力の点で優位に立てることになります。

中間マージンの図式



ただし、工場改修専門店をただ立ち上げただけでは、失敗することが目に見えています。なぜなら、0から1の手探りで経営をしてしまうと時間とお金
が膨大にかかってしまうためです。

そのため、工場改修モデルで成功するために重要なことは、すでに成功している会社のやっていることのマネをまずは
実行してみるということです。



成功している企業は何にポイントを置いているのか？

ということに関して、これから3つのポイントに分けてご説明いたします。

1 工場改修専門店は「集客」が一番大切

工場の経営者、担当者がターゲットになります。ターゲットに対して集客を行い、元請け化していく必要があります。元請け化をするにあたっては、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、他社との違いを明確にして表現することなのです。

右図を見ていただけるとわかる通り、

建設会社工務店は価格が高い

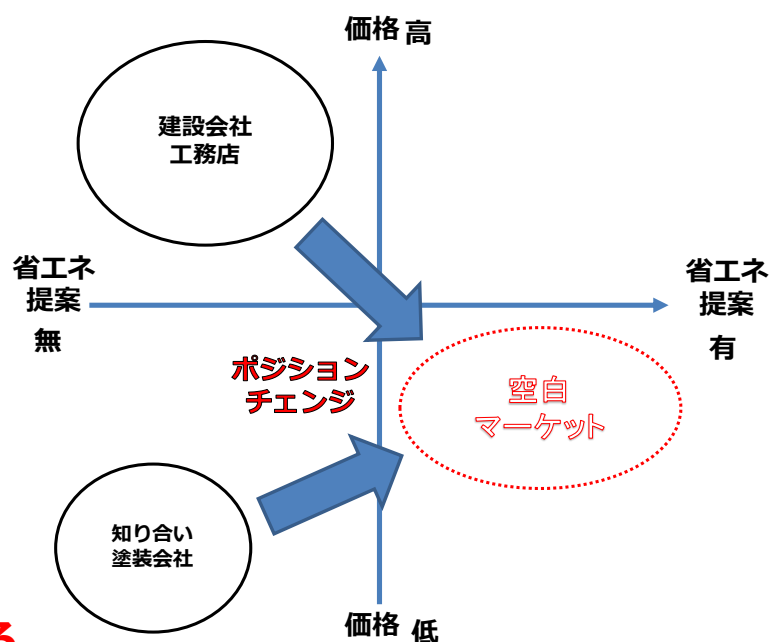
だけでなく、工事のことは素人です

から、最新の材料知識や工事知識

はありません。そこで塗装会社として

最新の塗料提案や工事提案ができる

ことで、競争優位に立つことができるのです。



工場改修の経営者、担当者のニーズとしては費用を抑えるのは大前提として、大切な建物を少しでも長く持たせていきたい、今の稼働を止めずに工事を安全に終わらせたい、暑さ対策も兼ねて省エネ性を発揮させランニングコストを抑えたい、立派な建物に見えるようにしたいといったさまざまな考えをお持ちの方が多くいらっしゃいます。

だからこそ、さまざまな情報を仕入れた上で業者比較をされることが多くなり、今までの会社では実現できないからこそ、インターネット検索で情報を調べることが多くなったのです。



※工場の塗装工事の検索ボリュームの推移

2 顧客管理システムの導入が業績アップを加速させる

テレアポなどのプッシュ型の集客においては、温度感がまだ低い見込み客とつながることが多々あります。名刺交換をして、また何かあれば、といった形で商談があっさり終わってしまうこともしばしば。そこからいかに関係性を維持し、また見込み客の需要が高まったタイミングをいかに逃さず再アプローチを行うかが非常に重要です。そこで必要になるのが、デジタルマーケティングツールの導入です。多くの塗装店が名刺を案件化する方法がわからず、最終的に破棄してしまっている中、東海装建はデジタルツールを導入し、見込み客の案件化に取り組まれています。具体的な手法についてはセミナー当日に解説させていただきます。

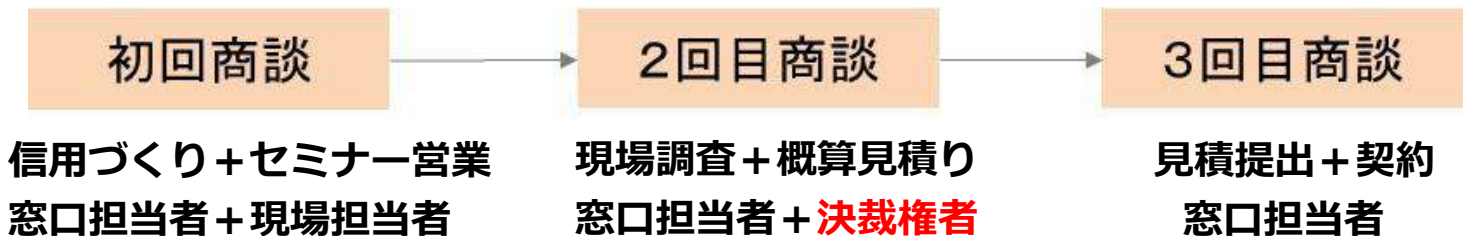


3 ターゲットを絞り、営業活動を行いやすくする

今回の工場改修専門店は、工場の経営者へ営業を行うこととなりますが、**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。**



具体的には、**大手企業の工場**をターゲットに設定すると、決裁権者の把握が非常に難しく時間もかかってしまい、また**高度なエビデンスデータや工事の安全対策、工事管理方法も求められますが、中小企業に絞った場合は、決裁権者がある程度決まっております、工事管理等の複雑さが大手企業ほど求められません。**そのため、**受注するまでの営業フローはほとんど似たような形**になります。



この流れで**受注までの流れをマニュアル化**させていけば、社内に落とし込むことは可能です。またその営業活動をアシストするのが**セミナー営業**です。その内容としては、自社の会社説明も一部ありますが、大切なのは、なぜこの建物では改修工事をしなければならないのか、他にはどんな工法があるのかといった基本的な部分だけでなく、具体的な業界のからくりや、業者の選び方をどうするのか、といった具合に**営業の一連の流れをセミナー形式で説明する**ものです。顧客との関係性を先生と生徒の関係にして**視覚に訴えながら説明する**ことで、決裁権者へお会いしやすくなります。



付録 収益構造を知る

こちらが工場改修専門店の立ち上げから3年の事業イメージです。

★ 1拠点あたり損益計算書（例）

※単位：円

損益計算書		1年目	2年目	3年目
売上高		86,400,000	152,250,000	202,132,125
売上原価		56,160,000	98,962,500	131,385,881
粗利高		30,240,000	53,287,500	70,746,244
粗利率		35%	35%	35%
販管費	営業人件費	6,000,000	6,600,000	7,260,000
	事務人件費	1,800,000	1,836,000	1,872,720
	販売促進費	6,486,000	10,126,000	11,546,000
	地代家賃(月10万円を想定)	1,200,000	1,200,000	1,200,000
	減価償却費(年間50万円を想定)	500,000	500,000	500,000
	HP構築費	1,500,000	0	0
	本部経費	1,200,000	1,200,000	1,200,000
	その他経費	600,000	600,000	600,000
合 計		19,286,000	22,062,000	24,178,720
営業利益		10,954,000	31,225,500	46,567,524
営業利益率		12.7%	20.5%	23.0%
社員数	営業	1	1	1
	事務	1	1	1
合 計		2	2	2

ポイントは、初期投資の低さです。最初の投資は、DM製作費とホームページ制作費用がメインで、ざっと計算すると**200万円程度**です。

初期投資の少なさは、ビジネスを行う上で重要な要素になります。

工場改修ビジネスモデルでは、大規模な塗装工事が大きくなるため平均単価は500万円～1000万円ほどを狙うことができます。

そのため、2件ほど受注することができれば初期投資の金額は回収することができます。**最も重要なことは、競争が激しくならない「今」工場改修ビジネスモデルに取り組むことです。**



【工場改修ビジネスモデルの最新事例】
具体的なノウハウを1つのセミナーに凝縮！
詳しい内容は裏面へ!!!

工場塗装モデル業績UPセミナー

日程：2024年1月20日(土)

時間：13:00~16:30(受付開始12:30)

場所：株式会社船井総合研究所 東京本社



特別ゲスト講師
有限会社東海装建
専務取締役 船越 夏樹 氏

経営者の参加推奨

工場改修モデルに取り組むために必要なスタートアップツールの一部を見ることができます！

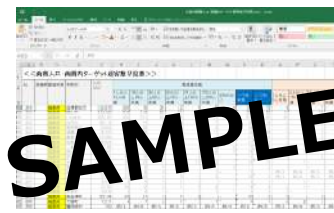
■ ビジネスモデル 導入マニュアル



■ 収支シミュレーション Excelシート



■ 自社商圈設定シート



■ 工場改修専門 顧客管理システム



■ 工場改修専門 メルマガフォーマット



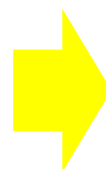
■ 工場改修専門 アプローチブック



合計
24
ページ

これだけあるから仕組みづくりが成功できる！

- 1 工場の塗装実績がない中での集客がわからない
- 2 営業に自信はあるが、売上の上げ方がわからない
- 3 投資しても回収できるか不安だ



これで
マルっと
解決!!

工場塗装モデル業績UPセミナー

スケジュール
& 講座内容

株式会社船井総合研究所 東京本社

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階 [JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分]

2024年1月20日(土) 13:00~16:30(受付開始12:30)

講座

セミナー内容

第1講座

13:00

〜

13:50

工場改修ビジネスモデルの全貌

ポイント① 時流を読み解く。塗装業界の現状と工場塗装モデルに取り組むポイントを解説

ポイント② 成長期×空白マーケットの工場塗装とは

ポイント③ 工場塗装専門店の立ち上げポイント



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 外装ビジネスチーム チーフコンサルタント **松原和紀**

ゲスト 講演

14:00

〜

14:50

年間1.4億円の見積り依頼を獲得している成功企業は いったい何をしているのか？その成功法則を大公開！

ポイント① 工場塗装モデルに新規参入したきっかけと業績の伸び幅を公開

ポイント② 年間1億円の見積り依頼を獲得するためにおこなっている集客手法の実例を公開



有限会社東海装建 専務取締役 **船越夏樹 氏**

第1講座

15:00

〜

15:50

BtoB集客を軌道に乗せるための法則と具体的な手法

ポイント① 工場塗装モデルに必要な集客手法を公開

ポイント② Web戦略に必要な3つのポイント

ポイント③ 競合が少ない今だからこそ取り組むべきMAについて



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 塗装デジタルチーム **飯野和真**

第1講座

16:00

〜

16:30

まとめ講座

ポイント① 本日のまとめ



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 塗装ビジネスチーム リーダー **東海 聡大**

【セミナー参加者特典】 セミナーへのお申込みは右下のQRコードから！

工場改修ビジネス研究会への無料ご招待

※一社1回限り

工場改修ビジネス研究会とは、全国の工場改修ビジネスモデルに取り組まれている経営者が実際に成功した事例を共有し合い、さらなる業績アップを目指す組織です。
研究会では、実際の成功事例企業の経営者に「具体的な」取り組み事例をお話いただきます。
その中で出てきたご質問や疑問はワークやディスカッションを通してそれぞれの会員が「今日から」使えるノウハウにブラッシュアップしていきます。

「本当に使える具体的なノウハウを全員で作りに上げていく」

これが、工場改修ビジネス研究会という組織です。



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。

工場塗装モデル業績UPセミナー

お問い合わせNo. S108777

東京会場

2024年 **1月20日** (土)

開始 _____ 終了 _____
13:00 ▶ 16:30 (受付開始12:30より)

JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分

株式会社船井総合研究所 東京本社

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階

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。

【年末年始のお知らせ】

※2023年12月28日(木)正午～2024年1月8日(月)までは電話がつかなくなっております。
※メール、お問い合わせフォームからのご連絡は1月4日以降順次ご回答させていただきます。
※尚、受講申込みはWebより24時間受け付けております。
ご不便をお掛けいたしますが、何卒ご了承くださいませようお願い申し上げます。

日時・会場

申込み期限

開催日の4日前まで

- 銀行振込み: 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もございます
※満席などで期限前にお申込みを締め切る場合もございます

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

- 銀行振込の方は、開催4日前までにご入金をお願いいたします。尚、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、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HPの右上検索窓に
108777

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
※有料セミナーの場合のみ

3. メールが届く



受講料のお支払い確認後
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



マイページを確認の上、
セミナーにご参加ください



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

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。

TEL:0120-964-000 (平日9:30～17:30)

※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

