

住宅リフォーム業

現地

2024年2月28日(水)

先着順 50名様限り

視察セミナー

in 大阪

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

伸び悩みを打破するヒントを“現地”で知る1日

粗利率が上がり、契約率と単価が上がるショールーム戦略とは?



月間集客90件を実現する店舗戦略と販促戦略とは?



未経験社員が育ち、新規契約率60%を実現する営業戦略とは?



株式会社ヤマユウ
代表取締役 山本 優一氏

営業利益

100万円

2,500万円

4年で
25倍

創業から8年半で年商2.1億円営業利益100万円と
伸び悩んだ会社が、地道に続けてきた取り組みを大公開!
現地でぜひ体感してください!

近隣商圏の方のご参加につきましては、お断りする場合がございます。

サステナブルグロースカンパニーをもっと。
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. S109296

大阪会場: 2024年2月28日(水) 13:00~16:30 (受付 12:30~) 集合場所: 泉大津駅

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。) → 109296 🔍

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

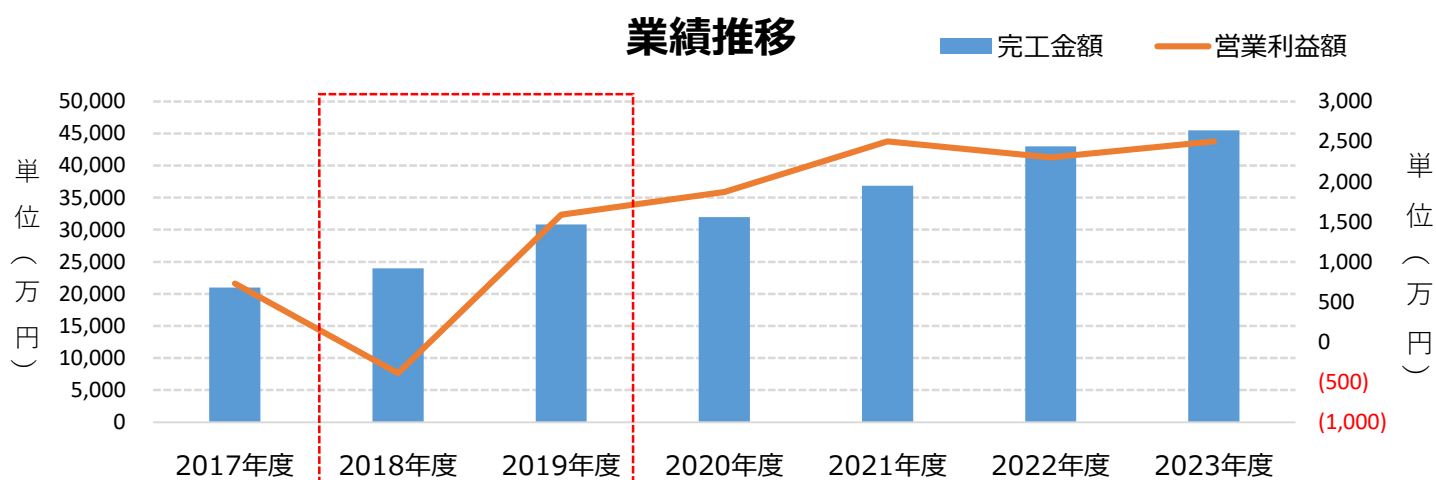


本セミナー限定 スペシャル対談を 一部ご紹介



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。



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

の3点を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

【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で、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、そこからの脱却の想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：当然、仕事を貰っていましたが、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が、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。**今まで感覚でおこな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

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**自社ショールームを中心に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に改装**、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り組みが戦術に集中していたことが原因でした。

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・幅・質

水廻りパック力

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





株式会社船井総合研究所
リフォーム支援部 リーダー
矢川 魁人

8



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

株式会社 ヤマコウ **ありがとうございます!!**

多くの心からこのチラシを手に取っていただいております!!

リフォーム&増改築

和泉本店

ショールーム

ご来場 W 特典

アンケートにご記入のうえに

BOX ティッシュ プレゼント!!

お父さん 1人プレゼント!!

お子さまと一緒に
ご来場の父方様に

360ml x 6本 プレゼント!!

ご相談&お見積り特典

ブランド米 5kg プレゼント!!

千本釣り大会

お菓子 プレゼント!!

地元大好き!! I LOVE 和泉

主 株式会社 ヤマコウ

【和泉本店ショールーム】 和泉市真形町3丁目10-25

お風呂係 佐藤 様 ☎ 0120-53-2125

キッチン バス トイレ 洗面台 増改築 全面改装 2世住宅 L-C-K リフォーム

2日間限定 10/27・28日

あさ10時スタート!!

イベント

全部で18台の実物展示!!

見えて触れて体験できます!!

常設展示

- キッチン 4台
- バス 3台
- トイレ 5台
- 洗面台 5台

LIXIL TOTO パナソニック Panasonic TOLICS 東芝 日立 三菱

お風呂のリフォーム 成功の秘訣

ヤマコウのごこだわり

- お風呂屋職人の工芸品製!
- お風呂を低価格で実現!
- お風呂ならここは最強!

ぜひお風呂を
おとろけ
ご来場ください!!

2日間限定 水廻り特価!!

72% OFF!!

27日限り 残りぬれぬ!!

28日限り

バスルーム

- バスルーム 16.3万円
- バスルーム 7.1万円
- バスルーム 41.8万円
- バスルーム 3.1万円

はじめてのリフォーム相談

ご購入、ご相談はもちろん **無料**です!!

③どれくらいの間取りがかかるのか?

③どれくらいの間取りがかかるのか?

③どれくらいの間取りがかかるのか?

1世・2世建築士による

無料! 増改築リフォーム相談所

お父さん・お母さん
お父さん・お母さん
お父さん・お母さん

全面改装 2世住宅 L-C-K

リフォーム リフォーム リフォーム

③この家の写真 ③この家の写真 ③この家の写真

水廻りのお悩み

③お風呂の水廻り

③お風呂の水廻り

③お風呂の水廻り

トイレのお悩み

③トイレの水廻り

③トイレの水廻り

③トイレの水廻り

和泉本店ショールーム

NEW OPEN!

和泉市真形町3丁目10-25



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、新聞折込をおこなっており**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I, 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】



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：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：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：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は、
「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、その他付随事業の立ち上げを視野**に入れています。ただ売上だけ伸び、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のか明確に伝えること、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

【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！

現地

2024年2月28日(水)

先着順 50名様限り

視察セミナー

in 大阪

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

伸び悩みを打破するヒントを“**現地**”で体感!

見どころ

①

大手ハウスメーカーや大手量販店など競合多数!
リフォーム激戦エリアでも勝てる人の流れを読んだ立地



リフォームビジネスにおいて集客ができるかどうかの最も重要な要素が立地です。人の流れをつかむポイントを知ること、ハウスメーカーや大手家電量販店がいる地域でも安定的な集客を実現することが可能です。

見どころ

②

店舗前の交通量や車両の通行速度も意識した看板の見せ方
認知度アップに重要な視認性の高め方



店舗外観は、そのものが看板効果を生み販促効率を向上させる鍵となります。店舗前交通量の基準を明確に定め、認知が広がりやすい店舗づくりをしています。特に、リフォームの店舗であることが明確に伝わる外観に設計することが重要です。

見どころ ③

高集客、高粗利率の実現に向けて必須の取り組み！ 徹底した競合分析に基づく商品設計とリフォーム提案手法

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！

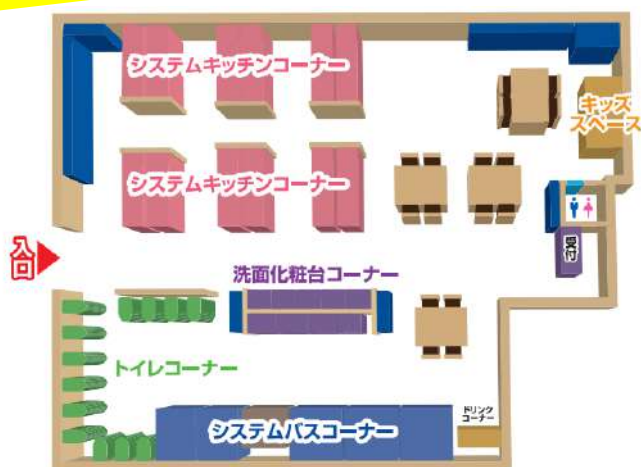
価格帯	メーカー	商品名	幅	深さ	機能	天板	収納	扉	その他	実物展示
108万円	LIXIL	リネージュS	2000	600	○	○	○	○	○	○
94万円	パナソニック	パナソニック	2000	600	○	○	○	○	○	○
89万円	パナソニック	パナソニック	2000	600	○	○	○	○	○	○
79万円	LIXIL	リネージュ	2000	600	○	○	○	○	○	○
79万円	パナソニック	パナソニック	2000	600	○	○	○	○	○	○
74万円	LIXIL	リネージュ	2000	600	○	○	○	○	○	○
69万円	パナソニック	パナソニック	2000	600	○	○	○	○	○	○
64万円	LIXIL	リネージュ	2000	600	○	○	○	○	○	○
59万円	パナソニック	パナソニック	2000	600	○	○	○	○	○	○
54万円	LIXIL	リネージュ	2000	600	○	○	○	○	○	○
49万円	パナソニック	パナソニック	2000	600	○	○	○	○	○	○
39万円	LIXIL	リネージュ	2000	600	○	○	○	○	○	○

予算帯	価格幅	キッチン		お風呂		トイレ	
150	120~179	1	11%				0%
100	80~119	3	33%	2	40%		0%
70	60~79	3	33%	3	60%		0%
50	40~59	2	22%		0%		0%
30	27~39						0%
20	18~26						0%
15	12~17					5	100%
10	8~11					2	40%
5	4~7						
		9	100%	5	100%	7	100%

商圈内の競合他社の商品ラインナップを徹底的に分析し、各商材の商品数を設定しています。それぞれの商材をどの金額帯でどの程度の展示すれば集客がしやすく、営業がしやすいのかを考え抜かれています。

見どころ ④

地域一番の品揃えを行うことによる専門性の強化と 専門性を効率的に伝えていくための導線設計



お客様に専門性を感じてもらうために必要な商品力の要素は「数・量・幅・質・鮮度」の5要素です。この5要素を効率的に伝えていくための導線設計がされています。どの商品からどのように案内をしていくのかトークスクリプトについても明確に決めることで商品知識の少ない方でも接客が可能です。

見どころ ⑤

リフォーム未経験の社員でもリフォーム提案が可能となる POPによる営業とその手法



リフォーム提案に必要な内容をツールに落とし込んでいくことで誰でも同じ内容が話せるようになります。特に、POPを読んでいけば必要な内容を説明できるような店内販促を行うことで未経験社員でも商談を進めることが可能になっています。

成長企業の声を紹介します！

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機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
執行役員 リフォームカンパニープレジデント
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**！

茨城県
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1,200万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

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。

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. S109296

開催要項

日時・会場

2024年 **2月28日**（水） **お申込み期限** 2月24日（土）
集合場所：南海電鉄 泉大津駅 **解散場所**：テクスピア大阪

開催時間 開始 **13:00** 解散 **16:30**（受付開始 12:30～）

※移動中の交通事情により、解散時刻がずれ込む場合がございます。ご了承ください。
※視察スケジュール、工程について、交通事情により当日時間変更する可能性もございます。あらかじめご了承ください。
※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。

受講料

一般価格 税抜 33,000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

※ご入金の際は、**税込金額でのお振込をお願いいたします**。お振込手数料はお客様のご負担とさせていただきます。

- 受講料のお振込は、開催日の4日前までにお願いいたします。
- 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。
- 受講料に含まれないもの：集合場所までの交通費・宿泊費・懇親会費
- 添乗員は同行いたしません。担当コンサルタントが同行いたします。
- 最少催行人数7名（出発日から5日前までに最低出発人数のご予約がない場合は中止とさせていただきます。）
- 詳しい旅行条件を説明した書面をお渡しいたしますので、事前にご確認の上、ご契約ください。
- 当視察セミナーでは、当社が手配した交通手段以外でのご参加はご遠慮いただいております。
- お客様のご都合で参加を中止される場合は、下記のキャンセル料をお支払いいただきます。
ご参加を取り消される場合は、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ますようお願いいたします。

申込み取消時期	取消料
旅行開始日の前日から起算して21日前まで（日帰り旅行は11日前）	いただきません
旅行開始日の前日から起算して20日目（日帰り旅行は10日前）以降8日目に当たる日まで（③～⑥に掲げる場合を除く。）	旅行代金の20%
セミナー開始日の前日から起算して7日目以降2日前に当たる日まで（④～⑥に掲げる場合を除く。）	旅行代金の30%
セミナーの開始日の前日	旅行代金の40%
セミナーの開始日の当日	旅行代金の50%
セミナーの開始後の解除または無連絡不参加	旅行代金の100%

お申込み方法

下記QRコードよりお申込みください。

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. 109296を入力、検索ください。

お申込み後の
流れ

お申込みいただきました後、入金に関するご案内・ご参加までの詳細に関しましてはメールにてご連絡いたします。
内容をご確認の上、開催日の4日前までにご入金ください。

※お支払いは銀行振込みのみとなります。
※万一お申込みいただいたにも関わらず連絡がない場合は、下記までお問い合わせください。

旅行企画・実施：東京都知事登録旅行業第2-6793号 株式会社船井総合研究所 〒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



サステナブルグロースカンパニーをもっと。

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）※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。

【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）までは電話が繋がら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。

▼お申込みはこちら



視察セミナー 当日スケジュール

競合激戦区でも1店舗現調数90件/月を達成する！ リフォーム専門店の現地視察セミナースケジュール

13 : 00

南海電鉄 泉大津駅集合 ～バスにて視察先へ移動～（受付12 : 30）

バス移動（泉大津駅 ⇒ 株式会社ヤマユウ 泉大津ショールーム）

13 : 15

株式会社ヤマユウ 泉大津ショールーム視察

【ここだけ！泉大津ショールームの見どころ】
競合超激戦区でも月現調数は約90件超。地域の人の流れを読んだお店の立地選定、車両の通行速度も意識した看板の見せ方、ショールーム内の導線設計、現地視察でしかわからないヤマユウの成功ポイントを生で体感いただきます。



14 : 00

バス移動（株式会社ヤマユウ 泉大津ショールーム
⇒ テクスピア大阪）

14 : 15

特別ゲストインタビュー

競合が乱立している地域で業績向上した企業が実践した成功ノウハウを大公開！
株式会社ヤマユウ 代表取締役 山本優一 氏

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ユウ。同社の取り組みを代表取締役の山本優一氏と年間粗利高3,000万円を達成している店長、営業メンバーに直接質問をしながら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。



15 : 50

15 : 50

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 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

ヤマユウの業績アップ戦略を、各社に落とし込んで実践いただくためのポイントを解説！さらに、今後、リフォーム会社様で必要な視点、取り組みについてお伝えします。



16 : 20

16 : 30

テクスピア大阪にて解散（南海電鉄 泉大津駅から徒歩3分）

注）当日の交通状況や進行によりお時間は若干の変動が生じる場合があります。