

年商1億7,000万円 だった 自動車修理工場が

マイカーリース販売

に取り組み、

新車7年プランを 必死に 売り続けた結果・・・

7年後
年商**12億円**の**高収益企業**

に！

年間販売台数**600**台！リース販売年間**500**台！年商**12億円**達成！
累計新車リース販売台数**3,000**台超！顧客名簿**7,000**件超！
リース返却車両を活用した**中古車再販事業**で月間平均**20**台超販売！

販売事業に参入しても、売上が成長し続けても、
広告宣伝費を投下しても、従業員を採用し続けても

営業利益率 **4%** を実現！

初公開！“1 owner 中古車専門店”の全容と
たった3カ月でリース返却中古車**67**台 販売した秘訣

特別ピックアップ企業レポート

JOY DRIVE

詳しくは中面へ。3分で読める、確実に自動車販売店経営に参考となる内容はこちらから。

主催

新車リース販売店向け リース販売事業攻略セミナー

お問い合わせNo. **S114563**



サステナブルな成長を促す。

Funai Soken

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



114563



SPECIAL INTERVIEW

リース販売事業は7年経ってからが本番。

— 年商1億7,000万円 だった 自動車修理工場が
7年後、リース販売年間500台！年商12億円達成！

加藤 : 中村社長、それではインタビュー宜しくお願い致します。会社の成り立ちから現在に至るまで、簡単にご紹介をお願いできますでしょうか。

中村氏 : 宜しくお願い致します。ジョイドライブの中村です。私はもともと車が好きで、この業界に参入して27年ほどになります。熊本にある整備工場を退職して、車の知識や技術を車を通じて喜んでもらったりとか、そんな思いから、今から12年ほど前に会社の方を創業しました。当時より、「大きい会社」よりも「良い会社」にしようと考えていて、経営理念は「目指せグッドカンパニー」としました。特に最近、たいしたことはしていませんが、経営者として理念経営の大切さを非常に感じています。

ちょうどマイカーリースに参入させていただいて、今年で8年目になります。そもそも参入した目的は大きく2つありまして、1つ目はサービス収益の最大化を図ること。今となっては利益率が高いサービス収益が増えたことで、経常利益も大幅にアップしました。リース参入することで、サービス集客が増える。この7年間は計画通りに事が進みました。2つ目はリース販売をしていくことで、「お客様を囲い込むこと」を目的の一つとして挙げていました。

加藤 : 「顧客の囲い込み」という点は株式会社ジョイドライブの取り組みを見るうえで、非常に特徴的な施策が多いように感じます。少し詳しくお聞きできますか？

中村氏 : 現在、概念としては「生涯取引」を実践しております。リースだと契約をもって強制的に顧客を囲い込める、こういったことが行えたことこそが重要です。振り返ると数年前コロナ禍においても関係なく、お客様の整備来店がありました。そこにはしっかりビジネスチャンスが生まれていたと確信しておりますので、改めてマイカーリース事業に参入してよかったなと思います。また、顧客の囲い込みにおいては、店舗において、顧客ランク付けをしています。「S」「A」「B」「C」「D」の5段階に分けて、既存顧客ごとに施策・顧客対応を変えております。朝礼の時に、どのようなお客様にどのような価値提供するかというのは、毎日確認します。

株式会社 ジョイドライブ

(熊本県熊本市)

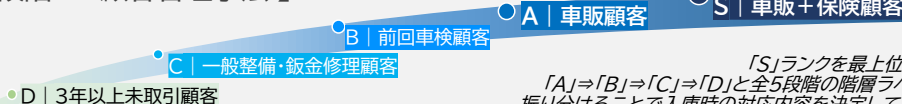
代表取締役 中村 守 氏

聞き手：株式会社船井総合研究所 / オファリング統括本部 DX支援本部
モビリティ支援部 MaaS事業開発グループ マネージャー 加藤 智
(以下：加藤)

「お客様は商品によって店舗を使い分けしている。」

中村氏：顧客の「S」ユーザーは、自社で販売のみならず保険まで契約いただいたお客様。「A」ユーザーは保険こそ契約しただけなかったものの車を買っていただいたお客様。「B」ユーザーは前回車検をしていただいたお客様。そして「C」ユーザーは钣金や一般修理をしていただいたお客様。最後に「D」ユーザーは3年以上取引がないお客様。このように5段階に分けております。

『5段階での顧客管理手法』



中身を見ていくと、元々修理工場でスタートを切っていますので、しばしばお客様に聞くと、「カーコンビニ倶楽部だからキズの修理をお願いしたんだよ」と言われる。車検の案内をすると「車検はディーラーだよ」、「タイヤはカーショップだよ」と言われる。実はお客様って商品によって店舗を使い分けをしているんですね。だからこそうちの「C」「D」ユーザーに至っては中々車検につながらないということになる。「B」ユーザーに至っては、前回車検をしていただいているので防衛率はなんとか60%を保っているのですが。

このことから、当社では大きく2つの課題に取り組んでおります。1つ目として、車検の入庫履歴があるお客様について、お客様との関係性という、接点回数を重要視しています。車検をしていただいた個人に、車検後のオイル交換・6ヵ月ごとの愛車点検、これらを無料で実施し、それをきちんと案内するように取り組んでおります。やはり車検のお客様というのは、接点回数を増やすことで、コミュニケーションがしっかり取れていくので、次回車検入庫時に車検費用が多くかかる様であれば、自信を持って代替のお話をさせていただく。そういった取り組みをやっています。

もう1点は車検未取引のお客様についてです。こちらはお客様から話を聞くと、うちは钣金工場の認識が強すぎて、車検をそもそも扱っていることを知らなかったり、そういったお客様が多くいらっしゃいます。そのため、入庫時ではなくてやはり钣金修理が終わった出庫時に、お客様に「うちも車検をやっています」、「満了日が近づいたらご案内だけさしあげても良いですか」と聞くようにしています。このような形で“案内OK”をまずいただくことを重要視して取り組んでいます。車検の認知度を上げる取り組みをすることで、案内をすると約束をしていますので、満了日が近づいたらしっかり約束を果たす、そういった形で2つの取り組みを実施しております。

三等立地という 逆境を 跳ね返す “広告宣伝戦略”

加藤 : 顧客をどのように囲い込んでいくのかというところの考え方から、自社をお客様の特性に合わせてアプローチしていく角度も変えていったらいいんじゃないかなと思います。やはり株式会社ジョイドライブといえば、様々な施策やってらっしゃる印象を皆様もお持ちかなと思います。型にはまらない施策というものを進めていったらいいんじゃないかなと思います。型にはまらない施策というものを進めていったらいいんじゃないかなと思います。型にはまらない施策というものを進めていったらいいんじゃないかなと思います。

中村氏 : これ（型にはまらない施策の意図）については、そもそも8年前のリース参入時、チラシの内容というのが、「月々1万円」のフレーズ、基本的な価値で集客をやっていたという背景があるんですけども、やはり年数が経つにつれて、他社競合さんも増えてくる中で“+α”の付加価値がどうしても必要になっている。その中で生まれてきたのが、成約特典、即納車、キャッシュバック、などの企画物だったり、最近でいうと目玉車とかですかね。こういった付加価値をつけることで集客を図って行くような流れになっていた。あとはチラシのサイズだったりとか、2019年「初売り」では特大判のB2サイズだったり、大判B3サイズ、また縦長の変形サイズだったり、折り込み枚数・回数を極端に増やす。チラシにおいては、色々な取り組みもあったかと思うんですけども、最初からこのようなバリエーションに富んだ広告だった訳ではなく、お客様とお話をする中で時流に合わせて、販促の内容も進化してきたのかなという印象です。結果的に、このようなユニークなチラシも含めて、選択肢が増えてきたのかなというのが率直な感想です。



武蔵ヶ丘光の森店の全景。店舗名の通り木々が並ぶ。



店舗の面する道路は一車線。センターラインも無い。

あとはもう1つ、「狙い」と言ったらあれなのですが、株式会社船井総合研究所のよく言われる表現ですと「三等立地」でございます。「三等立地」というと店舗の横が一車線の道路で、すぐ上には高速道路が走っている。通りがかりのお客様も少ないので、どう集客するかが非常に難易度が高い立地です。創業した当時も既存のユーザーさんというのはほとんどいなかったの、ほぼ新規顧客を獲得することに集中せざるを得なかった。そう割り切れたというのが、今振り返ってみると大きい。広告宣伝費はリースを始めた7年間（7年プランであるため）ずっとかけていこうと、そういう想いの中でスタートさせていただきました。オープン当初から今に至って月間広告費の下限は150万円。それ以上かけ続けてきていますね。過去の経験や傾向が僕たちの強みだと思っていますので、今後もアイデア・分析を活用して、販促をしっかりとっていきなと思っています。

株式会社ジョイドライブ 成功のポイント

- ✓ 初公開！100%リース返却車両で在庫構成されている
“1 owner 中古車専門店”の全容と3ヵ月で**67台販売**した秘訣



- ✓ 参入以後、下限**150万円/月**の**広告宣伝費**を**7年継続**
- ✓ 参入以後、下限**30万部**の折込**チラシ**を**7年継続**
- ✓ **Web審査窓口**を設置、非来店型サービスの充実
- ✓ **即納車**を活用した**集客アップ施策**、**成約率アップ施策**
- ✓ **販売台当たり粗利29万円**を実現する現場戦略
- ✓ 「話す30%」「聞く70%」の商談により年間**成約率73%**

- ✓ リース**早期乗換単月31台**を実現させた**たった1枚のDM**



※セミナー当日はこちらのDMデザインを公開したうえで詳細を解説いたします

株式会社 ジョイドライブ（熊本県熊本市）

代表取締役 **中村 守**（ナカムラ マモル） 氏

2012年9月、現代表取締役の中村氏が熊本市北区にて個人事業主として創業。翌々年9月には株式会社ジョイドライブ設立。2016年9月、全国FC「フラット7」に加盟し新車リース事業へ参入した。2019年1月には山鹿市に2号店となる新車リース専門店を出店。順調に販売台数を伸ばし、2023年には年商10億円を突破、業績拡大を図っている。



レポートをお読みの熱心な事業主向けの特別なご案内

ここまで読み進めていただきありがとうございました。
紙面の都合上、ご紹介した新車リース販売の成功ポイントはほんの一部で、割愛させていただいた取り組みが多くございます。もっと詳細な取り組みや内容を聞きたい、そのように思われた熱心な勉強好きの事業主向けに特別なご案内がございます。

下記の日程で「新車リース販売事業 攻略セミナー」をご用意しました。

豪華ゲスト講座開催決定！

『新車リース販売店向け リース販売事業攻略セミナー』

2024年 **6月25日（火） 14:30－17:30**

船井総研グループ 東京本社 サステナグローススクエア TOKYO（八重洲）

※お席に限りがございます。お申込みはお急ぎください。

セミナーでは、株式会社船井総合研究所から
成功事例を中心に具体論でお伝えします。
理想論ではなく、現場主義に基づく、実践事例ばかりですので、
本やネットに書いてある内容とは、
リアリティが違います。

さらに、セミナーでは**ゲスト講師**をお招きします。

前述のスペシャルインタビューでご紹介した

株式会社ジョイドライブ（熊本県熊本市）

代表取締役 中村 守氏に

ご登壇いただくことが決定しました。



先行公開！当日はこちらの施策を徹底解説いたします

セミナーでは、質疑応答のお時間を予定していますので
大抵の疑問もその場で解消してお帰りいただけるはずです。
セミナーでお伝えする予定の施策を一部ご紹介すると・・・

- ✓ **なぜ“三等立地”でも事業・ビジネスは成功しているのか**
- ✓ **「生涯顧客化」という経営理念を浸透させるための手法**
- ✓ **ライフタイムバリュー最大化を実現する新車リース事業戦略**
- ✓ **「差別化の八要素」理論に基づいた戦略設計の全容**
- ✓ **販促分配率30%超！なぜ多額の広告費を予算化できるのか**
- ✓ **新車リース販売店における店づくりのポイント**
- ✓ **“当たる”チラシ 作りのフォーマット**
- ✓ **2.7m “大のぼり”を活用した展示場作りの基本事項**
- ✓ **社内にマーケティング専任者設置！組織づくりのポイント**
- ✓ **Webマーケティング戦略による新規集客増のポイント**
- ✓ **アプローチブックを制作、商談スキルの均一化と成約率UP**
- ✓ **最先端！リース車輛を活用した中古車再販戦略大公開！**
- ✓ **リース満了の顧客防衛施策！リース店のモデルCRM戦略とは**

最後に、車販店をされている事業主の人生を変えるかもしれないこのセミナーですが、できるだけご参加いただきやすいよう、一名様あたりわずか27,500円(一般価格・税込)とさせていただきます。時流ビジネスである新車リース販売の成功事例を、当日は時間が許す限り、余すことなくお伝えします。今回は1会場のみの開催となっており、会場の都合上ご用意できる席は限られております。**年間400台リース販売、さらにリース返却車輛を活用した中古車再販戦略を推進する、株式会社ジョイドライブ 代表取締役 中村守氏を特別ゲストにお迎えする、大変貴重なセミナーとなります為、多くのお申込みが予想されます。お早めにお申込みください。**また、必ず社長ご自身がご参加いただき、会社の改革に役立てていただきたいと思います。当日会場でお会いできることを楽しみにしております。

超実践型!すぐに業績アップにつながる成功事例がわかる!

講座	セミナー内容
第1講座 【講座内容ピックアップ】	【新車リース販売から中古車再販事業の付加へ】 販売店・整備工場の収益を最大化させる「売れる」マイカーリース事業の全容説明 ・急成長しているマイカーリース市場のトレンドと全国の「売れる」店舗に学ぶ事業成功のコツ ・新車リースというビジネスモデルを事業として収益化させるためのポイント 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 遠藤 圭太
第2講座 【講座内容ピックアップ】	【ピックアップ企業 徹底解剖】 株式会社ジョイドライブのココがスゴい! ・ゲスト講座の前に株式会社ジョイドライブの業績アップのポイントを解説 ・2012年の創業から約10年で年商10億円を突破した原動力を大公開 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 マネージャー 加藤 智
特別ゲスト講座 第3講座 【講座内容ピックアップ】	【特別ゲスト講座】 マイカーリース販売事業“第二章”突入! 業績を伸ばし続ける株式会社ジョイドライブの生涯顧客化戦略 ・社長登壇! 株式会社ジョイドライブの経営理念/成長戦略とは? ・リース満了で返却となる車輛を活用した中古車再販事業の付加とビジネスモデルについて 株式会社ジョイドライブ 代表取締役 中村 守氏 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 マネージャー 加藤 智
第4講座 【講座内容ピックアップ】	【全国の最新トレンド大公開】 新車リース販売店の最新成功事例 ・全国の「売れている」新車リース販売店で生まれた最新成功事例を一挙紹介 ・集客事例から成約率アップ事例、単価アップ事例まで、明日から使える成功事例を大公開 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 尾島 光平
第5講座	【本日のまとめ】 永続企業になるために経営者が決断すべきこと ・当日のコンテンツのまとめとポイントの解説 ・今後、新車リース販売店として永続企業になるために経営者が決断すべきこと 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 マネージャー 加藤 智

開催要項

東京会場

2024年

6月25日 火

申込み締切日

- ・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
- ※祝日や連休により変動する場合もございます

船井総研グループ 東京本社
サステナグローススクエア TOKYO (八重洲)

〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階
[JR「東京」駅 地下直結 (八重洲地下街経由)、東京メトロ丸の内線「東京」駅 地下直結 (八重洲地下街経由)]
※【2024年4月1日】より八重洲に移転いたしました、ご来場の際はご注意ください。

14:30~17:30 [受付開始: 開始時間30分前~]

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。

受講料

一般価格 税抜 25,000円(税込 27,500円)/一名様

会員価格 税抜 20,000円(税込 22,000円)/一名様

●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。

セミナーのお申込みはこちら!



【PCからのお申込み】

下記セミナーページから
お申込みください。

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/114563>

【QRコードからのお申込み】



右記QRコードから
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。

船井総研セミナー事務局 < 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。