



セミナー内容の一部をご紹介します!

- 1 「総合リフォーム」ではなく「専門店リフォーム」がこれからも伸び続ける理由
- 2 近江建設も取り組んだ「専門業態の複合化戦略」の具体的な進め方
- 3 ショールームで1店舗当り売上5億円に成長するまでのロードマップ
- 4 「なんちゃって 専門店」は大失敗する!赤裸々な失敗事例も公開
- 5 これが1拠点当り新規見積40を獲得する販促チラシの作り方だ!
- 6 毎月10件以上、平均単価250万円の高効率リフォームを集客するホームページ集客
- 7 出店直後から商圈内の認知度を一気に高める「二段階オープン手法」のやり方
- 8 リピート&紹介が業界平均2倍のリフォーム会社の取り組み
- 9 粗利率35%超を実現するために大切な「キッチンラインナップ」の揃え方
- 10 他社より20%安くても、粗利率35%を実現する水廻りリフォームパックの作り方
- 11 SNS活用で大型リフォームを集客するための具体的実践手法
- 12 競合他社との相見積もりで、お客様に選ばれるための差別化ポイントとは?
- 13 契約率を上げるポイントは“わかりやすさ”!材工をパック化して明瞭価格にする
- 14 未経験者が提案~契約までできる、設備交換パック営業ツールの作り方
- 15 取り組み3ヵ月でシロウト営業が売上300万円/月!魔法の営業マニュアルとは?
- 16 たった3回の商談で契約できる効率の良い営業の進め方
- 17 工務店、リフォーム会社、住宅会社競合タイプ別の相見積攻略法をご紹介
- 18 お客様に「検討します」と言わせない、即決クロージング実践トーク例
- 19 高粗利を実現するためにモデル企業がやっている業者開拓マネジメント手法とは?
- 20 立ち上げで失敗しないために把握しておきたい!成功率の高い商圈の選び方
- 21 既存事業の延長で取り組むと失敗する!?専門店として大事な個別ブランディング
- 22 効率良く現場を管理するためにモデル企業が取り組んでいる現場管理業務フロー
- 23 低迷している売上を1年で再成長軌道に乗せるために必要な取り組みまとめ
- 24 今後ますます激変していくリフォーム業界で勝ち残るためのポイントまとめ
- 25 施工コストを下げるための具体的実践内容

工務店・住宅業界の皆様 **必見**

リフォームは売上が上がらない割に
やることが多くてめんどくさい…。

イメージが変わる!

「リフォーム」

新築

25億円

+ 15億円

リフォーム事業本格参入セミナー



特別
ゲスト
講座

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

住宅会社がリフォーム売上 **山形県No.1**を獲得!

※リフォーム産業新聞2023年12月25日号
「都道府県別リフォーム売上ランキング」より

営業1名あたり **年間粗利 3,500万**の
高収益事業 はなぜ実現できたのか?

東京会場

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

2024年 **11月25日**

14:30~17:30
受付開始:開始時刻30分前~

今すぐ
スマホでチェック!

【工務店・ビルダー必見】リフォーム事業業績アップセミナー

お問い合わせNo.S120671

主催



サステナ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 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル



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。) → 120671

工務店・住宅会社がリフォーム事業で失敗しないための **3つのポイント!**

よくあるお悩み・陥りやすい考え方

POINT

01

事業部間シナジーのみで売上を作る

自社新築OBのみで
売上を作ろうとするが、
収支が合わない

新築のアフター部門の
立ち位置でリフォーム事業の
立ち上げを行ってしまう

POINT

02

生産性が上がらないという勘違い

リフォームは単価が低いの
に業務量が多いという
イメージから立ち上げに
踏み切れていない

高単価案件の方が1件の
粗利が大きいので、
効率が良いのでは?
と考えている

POINT

03

新築部門における若手育成の課題

新築部門で未経験、
新卒を採用しているが、
数字を上げられない期間
が長い

ただ、リフォームはやること
が多いため人が育ちにくい、
若手や女性が定着しないの
では?と考えている

株式会社近江建設の取り組み

POINT

01

新規集客メインで事業を立ち上げる

新規集客をメインとする
＝第二の柱を作る想定で
事業の立ち上げを行う

入金サイトの早い
ビジネスモデルから
立ち上げから行い、
高単価領域へと派生させる

POINT

02

パッケージリフォームモデルの確立

価格帯や商材ごとに
求める生産性と
売り方を変える

未経験が育つ高効率・パッ
ケージリフォーム業態と
高単価・高付加価値業態の2
ブランド体制を構築する

POINT

03

若手の育成機関としての仕組み化

新卒・新人が入ってきたらまずは
パッケージリフォーム業態での営
業に従事してもらうことで売上を
上げながら成長が図れる

自社で決めた品ぞろえの中か
ら選んでもらう営業スタイルを
確立することで若手・女性営業
がぐんぐん育つ



本セミナー限定

高成長の理由や取り組み内容を
解説していただきました！

株式会社近江建設

代表取締役社長 **新保 一広氏**

01. 新規集客メインで事業を立ち上げる

近江建設のリフォーム事業は、未経験が育つ高効率・おてごろリフォーム業態「リココ」と高単価・高付加価値業態「OUMI」の2ブランド体制を取っています。

	Oumi	リココ
役割①	高付加価値	高効率・高回転
役割②	力ある営業マンの活躍の場	新人営業マンの育成機関
対応営業	ベテラン営業中心	新人営業中心
お客様の層	こだわり層	お手軽層
ニーズ	提案力・プランカ	分かりやすさ・スピード！
平均客単価	1,000万円以上	100万円前後
粗利率	30%	35%
対応案件	リノベーション・増築・改築	間取り変更 水廻り（キッチン、浴室、トイレ、洗面）
月間見積提出数	3~5件	10~15件
1件当たり商談期間	60日	15日
平均工期	100日前後	7日前後

新卒・新人が入ってきたらまずは、リココに配属し主にキッチン、お風呂、トイレ、洗面の入れ替えを中心としたリフォームを担当してもらいます。このゾーンは、建物の間取り変更、構造・躯体に絡む工事ではないので、大工の知識、木拾い積算等々の知識、経験も要りません。営業と現場管理もやりやすく、高回転で効率よく回せます。また、工期は長くて1~2週間と回転も早いです。このゾーンなら売上の波が小さく、若手でも成績を残しながら育つ環境が整えられています。また、入金サイトも早いので財務的にも安定しやすくなっています。

また、1店舗内でブランドの複合化を行っています。
ブランド複合化のメリットは下記2つです。

① 1店舗当たりの売上、利益率の向上 ② 業績向上スピードの加速

1業態1店舗ではなく、1店舗に2業態を複合させることによって、1店舗当たりの売上基準を引き上げることが可能です。また、複合化によって地代家賃や店舗運営関連の経費の一部を案分できるため、固定費比率を下げることで利益率を向上させることも可能です。またブランドを分け、それぞれのターゲットへ適した販促を行うことで、食い合うことなく集客数を安定的に増やすことができるため、業績向上スピードも加速します。



リココ
(水廻りリフォーム)

明瞭価格で分かりやすく、選びやすく

チラシ

ホームページ

リフォーム館OUMI
(LDK・大型リフォーム)

イメージ訴求・機能向上訴求

チラシ

ホームページ



02. パッケージリフォームモデルの確立

価格帯や商材ごとに求める生産性と売り方を変えることが必要になる。

単価（および1件あたり粗利高）だけではなく、
粗利を生むまでのKPI設定を意識する必要があります。

【OUMI・高付加価値業態案件対応メンバーのKPI（1ヵ月当り）】

粗利高 = 現調数 × 契約率 × 契約単価 × 粗利率
300万円 = 2 件 × 50% × 1,000万円 × 30%

【リココ・パッケージリフォーム業態対応メンバーのKPI（1ヵ月当り）】

粗利高 = 現調数 × 契約率 × 契約単価 × 粗利率
315万円 = 10件 × 60% × 150万円 × 35%

パッケージリフォーム業態（リココ）は、回転率を上げることで高単価業態以上に生産性を高めることも可能です。回転率を上げるためのポイントが、パッケージ化です。具体的には自社で決めた品ぞろえの中から選んでもらう営業スタイルを確立することで若手でも営業のしやすい環境を作っています。

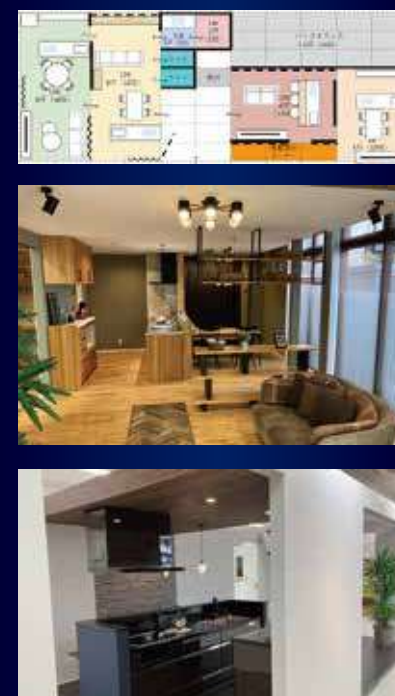
キッチン										
片付けと掃除がラクになるキッチンの最新ラインナップ ～キッチンを使いやすく便利に～										
おすすめポイント	商品名	引き出し収納	シンク	ワークトップ	水栓	レンジフード	引き出し扉板	吊戸	コンロ	食洗機
引き出し100万個 （約100万個）	リシェールSI （ドーナツ型） Taka standard	★	★	★	★	★	★	◎	★	★
	エマージュ （76cm幅）	★	★	★	◎	★	★	◎	◎	—
引き出し50万個 （約50万個）	ラクエラ （76cm幅）	★	★	★	◎	★	★	◎	◎	—
	Bb （約76cm幅）	◎	★	★	◎	★	★	◎	◎	—
引き出し30万個 （約30万個）	アレスタ （76cm幅）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	—
	レシピア （76cm幅）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	—
引き出し30万個 （約30万個）	リビングステーション （76cm幅）	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	—

基本は、オーダーメイドの見積を原則行わず、「この予算ならこのパック」と自社でお勧めする商品を絞っているの、お客様向けには選びやすく・営業としても提案しやすくしています。LDKリフォームについても標準工事内容を定め、建具や照明などもパッケージ化することで売りやすい環境を整えることが可能です。



パッケージリフォーム業態として若手が売りやすい環境づくりとしては、商品づくりだけではなく下記のような取り組みも必要です。

実物展示の ショールーム



見て触れて納得できるショールームとしてキッチン・バス・トイレ・洗面・4つのテイスト別LDK空間の展示を行っている。

商品・販促・店舗 の連動



パッケージ商品の品揃えが、そのままチラシやホームページに掲載されており、店舗でそのプランが見られる状態を作っている。

商談の進め方の 標準化とツール化



問合せをいただいてから工事完了・アフターフォローに至るまで標準化・ツール化を行うことで誰でも実行できる仕組みにする

03. 若手の育成機関としての仕組み化

【実物展示のショールーム】

ショールームには、パッケージ商品のプランがそのまま展示されているためお客様の納得感が得やすくなります。経験の浅い営業だと完成品のないリフォームのイメージを沸かせることが難しいですが、見て触れて体感できるショールームがあることで解決でき

ます。また、ショールームがあることで安定集客にもつながります。近江建設の新規反響数の平均は1か月当り約40件です。これだけのお客様との接点を作れる事業は住宅不動産領域だとリフォームだけですので、顧客ストックを作るという意味合いでもリフォーム事業は大きな意味を持ちます。



【商談の進め方の標準化とツール化】

若手が売りやすい環境を作るということは、誰でも同じレベルで同じ内容が話せるようにしなくてはなりません。そこで必要になるのが、商談の進め方の標準化とツール化が必要になります。



【会社信用づくり】
アプローチブック

営業マン個人の営業スキルより先にまず会社の実績や考え方、工事品質を説明することで、会社に対する安心感を作る。説明の流れは冊子型の「アプローチブック」の流れに沿って行うので、新人でもベテランでも同じような流れで話ができる。



【ヒアリング項目の統一】
言葉の領収書

予算、要望と優先順位、キーマン、希望時期、相見積の有無、次回のアポイント。営業として押さえるべき必須項目は既定の書式に沿って行うことで、抜け漏れなくヒアリングすることができるようになる。



【予算と仕様の様合せ】
水廻りMDM表

「要望を聞いて、ゼロからプラン作成」はなるべくやらない。「どのくらいの予算で、どんな仕様 にできるのか」を一覧で整理したDM表(品揃え表)から予算と仕様の擦合せを行う。



【テストクロージング】
水廻りパックカタログ

商品+標準工事に加えて、定番オプションまでを定額化したパックカタログに整理。初回商談の時点から概算予算を提示できるので、見積提出時に即クロージングという高回転営業が実践できるポイント。

【適材適所の人員配置】

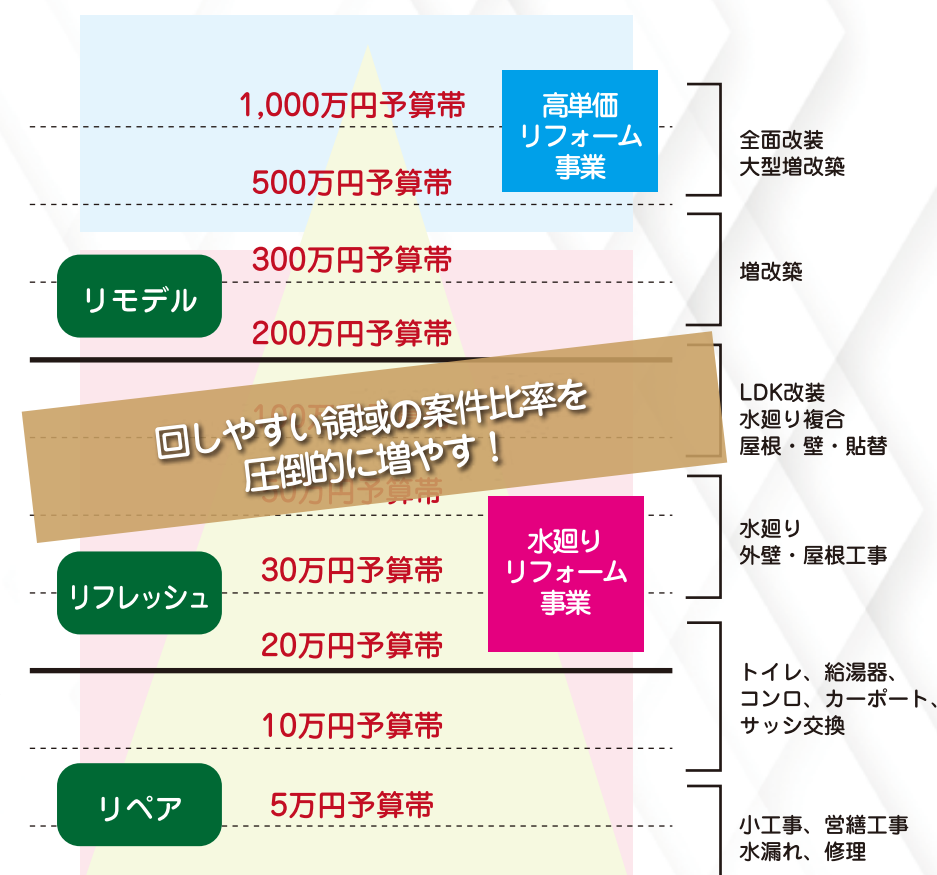
若手営業の育成については、非常に力を入れてきました。リフォーム事業を始めた当初は大型物件のリフォーム、リノベーションがメインだったため、ある程度リフォーム経験のあるメンバーでないと対応できない状況でした。そのため、若手に積極的に案件を回すことができず、一人前の営

業になるまでに3年～4年かかっていました。ただ、前ページに記載しているリココのパッケージリフォーム業態を立ち上げ、人員の配置を流動的にすることで、成長のスピードが向上しました。基本は新人をリココブランドへ入れ、2～3年、早い方は1年程度育てきた段階で高単価リフォームブランドや新築など、より大規模の工事を扱う部門へ移動させるような流れになっています。



【特定領域のプロを作るという発想】

リココブランドではキッチン、バス、トイレ、洗面等の水廻りリフォームを中心として100万円前後のフォーム案件を高回転で回し、経験を積ませることでできます。リフォームは覚える内容が多く、お客様宅の状況によって同じ現場は1つとして無いいため、小工事から大型物件まで幅広く対応させていると成長スピードが鈍化しやすいです。そのため、ある程度領域を絞り、その領域の案件を早いうちに多く経験させることで、一部の領域に関するプロを早期に育成することが可能です。



レポートをお読みいただいた皆様への特別なご案内



「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！」 具体的ノウハウをたった1日に凝縮

ここまでレポートをお読みいただき、ありがとうございます。

私は株式会社船井総合研究所リノベーション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。

株式会社船井総合研究所リノベーション支援部
チーフコンサルタント **矢川 魁人**

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、株式会社近江建設のご協力のもと、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、紙面の都合もあってほんの一部しかお伝えできませんでした。

そこで、「今回の事例をもっと詳しく聞きたい」と思われた皆様を対象に、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の最上拓朗氏をゲスト講師としてお招きしてのセミナーをご用意いたしました。このセミナーは単なる学びの場ではなく、即実践できる内容となっています。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構成です。

ぜひ、次のページでその内容をご覧ください。



当日のスケジュール

【工務店・ビルダー必見】リフォーム事業業績アップセミナー

開催日時

2024年

11月25日(月)

14:30~17:30

受付開始：開始時刻30分前～

東京会場

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
〒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。

お申込み期日

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がございます。

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 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

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。

第1講座



3つのよくある悩みや陥りやすい考え方からポイントを整理します。

- ①事業部間シナジーのみで売上を作ろうとする、
- ②リフォームは生産性が低いという認識、
- ③新築部門における若手育成の課題

株式会社船井総合研究所 リノベーション支援部 チーフコンサルタント **矢川 魁人**

第2講座 ゲスト講座



ポイントは、未経験が育つ高効率・お手頃リフォーム業態「リココ」と、高単価・高付加価値業態「OUMI」の2ブランド体制

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**

第3講座



リフォームを簡単に!決められた品揃えの中から選んでもらうビジネスモデルを確立する仕組みについてお伝えします。

株式会社船井総合研究所 リノベーション支援部 チーフコンサルタント **矢川 魁人**

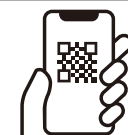
第4講座



新築着工数減少トレンドの中で、地域密着ビルダー・住宅会社が行うべきストック事業戦略としてのリフォームビジネス。さまざまな成功事例・失敗事例とともに、あらためて押さえておきたい「高成長リフォーム事業の経営指標」についてお伝えします。

株式会社船井総合研究所 リノベーション支援部 マネージャー **吉川 顕**

お申込み方法



【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。



【PCからのお申込み】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/120671>

船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) に
右上検索窓に「120671」をご入力し検索ください。



E-mail seminar271@funaisoken.co.jp TEL 0120-964-000(平日9:30~17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。※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。