

講座内容

第1講座	2025年の自動車業界の時流予測 2025年の自動車業界や新車販売における動向についてお伝えします。また時流の中で、自動車販売店として生き残るための戦略や方向性についてお伝えします。 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 リーダー 大森 昭宏	
第2講座	新車低金利販売店のモデル企業と成功事例紹介 新車低金利販売店を展開している会社で、直近で販売実績を伸ばされている会社の取り組みについてお伝えします。また、全国で新車低金利販売店を展開している会社の成功事例と併せて解説します。 有限会社ライフサポート大分 取締役 井上 大輝 氏  株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 平野 伽奈 	
第3講座	本日のまとめ 2025年以降、自動車販売店として継続的な業績向上につなげるために必要な視点をお伝えします。 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 リーダー 大森 昭宏	

■担当講師について

株式会社船井総合研究所
モビリティ支援部 リーダー **大森 昭宏**

早稲田大学卒業後、船井総合研究所に入社。モビリティ支援部においては、自動車販売店や整備工場に向けた“業績アップ”、“現場スタッフの即戦力化”をテーマに支援を行なっている。現場主義に基づき、全国トップクラスのモデル事例を踏まえた「成約率アップ」、「単価アップ」、「新規保険獲得率アップ」をテーマにおいた研修に定評がある。



株式会社船井総合研究所
モビリティ支援部 **平野 伽奈**

船井総合研究所入社後、モビリティ支援部にて自動車販売店のWeb・SNS活用のサポートをしている。企業におけるブランディングやWeb・SNSを起点にした集客の提案を行っている。セミナーも複数回開催・登壇しており実弾的な内容が参加者から好評を得ている。また、新車低金利販売にも精通しており販売&営業に特化した業績向上提案も行っている。



参加者限定2大特典付! ① **無料経営相談** ※コンサルタントが貴社に伺います。 ② **業態参入診断&参入パッケージ**

開催要項

オンライン開催 2024年 **12月10日(火)・12月13日(金)** 10:00~12:00 (ログイン開始:開始時間30分前~)

※本講座はオンライン受講となっております。諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。セミナー参加方法の詳細は「船井総研 Web参加」で検索。

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
●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メンバース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

	【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/120852 船井総研ホームページ (https://www.funaisoken.co.jp) に右上検索窓に「120852」をご入力し検索ください。

【お問い合わせ】 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」と検索してご確認ください。※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。



今、車の販売実績は上がっていますか？

AA価格
高騰

中古車
仕入難

人件費
増加

開催日時 2024年 **12/10・13** (火・金)

10:00~12:00(ログイン開始:開始時間30分前~)

オンライン開催

2025年以降のシン・車販戦略

低金利ローンによる

スタート2年

9,000万円→4.5億円

新車販売で売上5倍!

経験0

営業2人

初期投資
100万円

展示車5台・少人数・少投資スタートから 2年で売上4.5億円を達成した手法とは?

大分市にて2022年7月より、既存店にて
新車低金利販売を開始し、業績UPを実現

特別
ゲスト講師



有限会社ライフサポート大分

取締役 **井上 大輝** 氏

このような方々は是非ご参加下さい!

- ☑ 中古車の仕入れが難しく、販売実績が低迷している
- ☑ 既存拠点の売上、収益を伸ばしていきたい
- ☑ 競合他社に負けない、販売戦略に着手していきたい
- ☑ 普通車の新車販売に興味があるが、やり方が分からない
- ☑ 少投資でスタートできるビジネスモデルに興味がある

主催

2025年繁忙期対策!新車低金利販売で業績アップセミナー

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

お問い合わせNo. S120852



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。)→ **120852**

2025年は、自動車業界が大きく変わる年・・・だからこそ、 **本気**で会社の業績を伸ばしませんか？

「また業績アップセミナーか・・・でも、今先行不透明だし、もう少し落ち着いてから考えるか・・・」と思われて、**会社の売上、実績を伸ばす機会を見捨てていませんか。**

その気持ち、わかります。自動車販売店向けの業績アップセミナーは、数多くあります。特にオンラインで気軽に参加できるような、今の時代においては、経営者の机の上やメールフォルダには、案内のご案内が沢山届いているでしょう。また、おそらく、そうした何らかのセミナーに既に参加された経験があることでしょう。

また、自動車業界において情勢が今までにないほど読みにくく、経営そして投資判断が難しいというのも分かります。ただ、我々はだからこそ、研究会や個別コンサルティングサービスをご利用頂いている経営者の皆様に伝えています。

2025年は今まで以上に攻めの1年にして欲しい、と。多くの経営者が同じように感じているということは、その中でも、少しでも早くチャンスを掴みに行く経営者が**次の時流に乗り、経営を安定化させる**ことが出来ます。我々も過去、リーマンショックや消費税の増税や自然災害など、外部環境としては中々業績を伸ばしにくい状況においても、チャンスとして捉えて、結果として多くの企業の業績アップを実現した実績があります。

この案内を無視すれば、あとの文章を読まずにすむという時間的メリットも生じます。ただ同時に、この案内を無視するデメリットもあります。すでに感じになっているように、**実際に成功した社長とその仕掛け人が一同に集まり、たった1日で学べる機会を失う**ことになります。時代が急速に変化する中で、会社が変わるスピードをどう維持しつづけるのか？この命題について、ぜひ本案内をきっかけに、お考えいただきたいのです。

2025年、本気で伸びる新車販売店になろうと決心された、ごくわずかな経営者の皆様にお会いできる日を楽しみにしております。

株式会社船井総合研究所
モビリティ支援部
リーダー

大森 昭宏

このDM 限定企画

ゲスト
有限会社ライフサポート大分
取締役 井上 大輝 氏

スペシャル インタビューレポート



特別
ゲスト

有限会社ライフサポート大分
取締役 **井上 大輝**
氏

【インタビュアー】
株式会社船井総合研究所
モビリティ支援部 リーダー
大森 昭宏



ー本日はインタビューありがとうございます！改めて貴社のご紹介をいただけますでしょうか。

はい、宜しくお願いします。有限会社ライフサポート大分の取締役の井上大輝です。当社は、大分県大分市を中心に整備工場および中古車、新車販売を展開しています。その中で、自動車販売事業としては2022年までは中古車の販売や新車のリース販売を展開していました。

ただ、昨今の**オークション相場の高騰による中古車価格の高騰、新車リース販売店の競合店の増加**、従来と同様の手法では販売実績が伸ばすことが難しくなっていることに加えて、店舗の拠点としての収益改善も合わせて課題であったため、**できる限り投資金額を抑えた上で、拠点の収支を改善していきたい**と感じていた中で、船井総合研究所が展開されていた新車低金利業態というのが、Web販促を中心に、軽自動車から普通車の新車販売を実施するというので、従来と異なる手法で、かつ他社と差別化が出来て実績を上乗せできるのでは、と感じ、船井総合研究所に相談し、新車低金利業態をスタートさせました。

ー新車低金利業態を始められて、当初苦労したことなどがあれば教えてくださいませんか。

新車低金利業態を展開している店舗外観



苦労という点はあまりありませんでした。新車低金利の専門LP（ランディングページ）を立ち上げるのは全て船井総合研究所にお任せしていたのと、コストとしてはそのLP立ち上げの販促費および毎月の広告運用費のみで、広告運用も船井総合研究所に実施して頂いていたので。元々手掛けている中古車販売のように在庫資金を調達したり、常にオークションに張り付いて、みたいな労力もなかったです。

ただ、**正直、Web販促中心で本当に新車が売れるのか**、と不安でしたし、半信半疑でした。新車低金利の専門LPは、軽自動車から普通車までオールメーカー取り扱いや商品がずらっと並んでいますが、店舗の外観は、どこからどう見ても整備工場でしたので。

売上が5倍に！ライフサポート大分の成功の秘密を一部をご紹介します！！

このDM 限定企画

ゲスト
有限会社ライフサポート大分
取締役 井上 大輝 氏

スペシャル インタビューレポート

ー新車低金利業態を始められて、当初苦労したことなどがあれば教えてくださいませんか。

たからこそ、実際に問い合わせのメールや電話が来て、新車が売れた時は、ほっとしました。またスタートした時は、**販促費40万円で、4台売ることが出来ました**。中古車販売で見ると、1台あたりの成約コストは高いですが、新車は売った時の**台粗利が中古車販売よりも出て、また結果として売上も上がる**ので良かったです。ただ、月によって販売台数に差が出たり、また新車なので、実際の計上にタイムラグが生じてしまうのは、中古車販売とは違う点で大変な部分もありますね。そのため納期が長い車ばかり売れてしまうと、受注月は販促費が圧迫して収支がマイナスで納車月に回収していくというのも、正直今となっても中々慣れませんね。

ー新車低金利業態開始2年で売上4.5億円を達成したポイントを教えてくださいませんか。

結論としては、**販促・広告活動を外部に委託し、現場の営業スタッフを車の販売に注力させたこと**によって達成出来たところが大きいかと思います。私がスタートから営業スタッフとして販売していますが、メールや電話の問い合わせの対応や来店時の見積商談、受注後の納車対応など、お客様に1件1件丁寧に対応することを重視すると、なかなか

販促活動に割く時間を設けることが出来ません。しかし、船井総合研究所が販促計画やWeb広告の運用を代行してくれるおかげで、結果として**自社で片手間で業務を兼任するよりも上手く役割分担出来、また実績も上げやすい**環境になっていると感じます。

また、最近は**オプションなど付帯品の獲得が上手くいき台粗利向上**に寄与していることも大きいです。低金利ローンを出して、そのまま定価に近い形で売ってしまっても、ローンによる粗利が出ないため、結果として利益が出にくくなってしまいます。ただ、オプションや付帯品を低金利ローンと上手く合わせて案内することで、結果として台粗利20万円達成につな



ー今後の目標を教えてくださいませんか。

まずは会社として売上10億円を達成していきたいですね。そのためにまずは単店年間300台販売を達成して、人員体制を強化した上で年間500台販売にチャレンジしていけたらと思います。

このDM 限定企画

ゲスト
有限会社ライフサポート大分
取締役 井上 大輝 氏

船井総合研究所による 徹底解説レポート

スペシャルインタビューレポートをお読みいただきありがとうございます。
最後に船井総合研究所大森より、ゲスト講師の有限会社ライフサポート大分
様について解説いたしますのでお付き合いいただけたらと思います。

有限会社ライフサポート大分のポイントとして、以下3つが挙げられます。

ポイント ①

新車低金利販売の**専門LP (ランディングページ)** 作成

ポイント ②

販促費**100万円**で20台販売を実現する**Web販促施策**

ポイント ③

成約率60%超、台粗利20万円超の専任スタッフ

その取り組みや秘密について本レポートにて簡単に解説いたします。

ポイント ①

新車低金利販売の**専門LP (ランディングページ)** 作成

1つ目のポイントは、新車低金利専門店としての専門LP (ランディングページ) を立ち上げたことです。サイトにもさまざまな形式がありますが、各販促施策や反響を上げる上で、単なるLP (ランディングページ) ではなく、**自社でサイト修正が可能なサイトを立ち上げたこと**がポイントになります。

理由としては、毎月の販促施策や細かなサイトの更新をする上で、単なるLP では制作会社に依頼するため、時間としては1週間～1ヵ月など時間がかかってしまい、更には仕様によっては、追加のコストが数万円から数十万円発生することが多いです。一方で、ある程度のサイト修正を自社でできるようにすることで、追加での修正費用が細かく発生することなく、かつスピーディに修正、更新することができます。

さらにスペシャルコンテンツ！

読めば新車実績が伸びる！船井総合研究所の徹底解説の続きはこちら!!

このDM 限定企画

ゲスト
有限会社ライフサポート大分
取締役 井上 大輝 氏

船井総合研究所による 徹底解説レポート

ポイント ②

販促費100万円で20台販売を実現するWeb販促施策

2つ目のポイントは、Webの販促施策です。有限会社ライフサポート大分は、紙媒体の販促はほとんど実施せず、新規販促のメインはWeb販促になります。ただ、Web販促といっても、ただやみくもにリスティング広告に費用を入れるのではなく、**どのターゲットにどのような媒体でこういった内容で、という販売戦略、販促計画**を踏まえて実施する必要があります。下の図は実際に、有限会社ライフサポート大分で行われているWeb施策の一部ですが、毎月のキャンペーンに加えて、ブログの更新など全て自社で内製化されています。LPの立ち上げに加えて、定期的な更新を実施することで集客、そして成約向上につながっています。

最長180回払いで新車が月々**3,980円**~/
新車ひろはの楽クレ15
楽クレ15は国内オールメーカー対応
※諸費用・保険料・税金・リサイクル税等は含まれておりません。

車種	月々支払額	支払総額	金利手数料が約
DAIHATSU TAFT	4,980円	1,556,011円	48万円
SUZUKI HUSTLER	7,980円	2,274,560円	71万円
TOYOTA YARIS CROSS	6,980円	2,193,137円	68万円
TOYOTA COROLLA CROSS	7,980円	2,511,699円	78万円

車両本体価格1,353,000円(税込)
月々4,980円×179回(税込)
ボーナス月加算 年2回22,000円×30回(税込)

車両本体価格1,977,800円(税込)
月々7,980円×179回(税込)
ボーナス月加算 年2回29,000円×30回(税込)

車両本体価格1,907,000円(税込)
月々6,980円×179回(税込)
ボーナス月加算 年2回31,500円×30回(税込)

車両本体価格2,184,000円(税込)
月々7,980円×179回(税込)
ボーナス月加算 年2回36,000円×30回(税込)

ポイント ③

成約率60%超、台粗利20万円超の専任スタッフ

3つ目のポイントは、専任スタッフの商談スキルの向上です。新車販売においては競合のプレイヤーも多いため、その中で成約し、かつ台粗利も高い状態にするには、商談スキルの向上が重要となります。具体的には、**残価設定型ローン**や**リース**、**各サブスクリプションサービス**などの対する応酬話法や低金利ローンによるメリットの提案、そしてオプションや付帯品、コーティング、保険などの提案強化が挙げられます。1つ1つの項目について、KPIを設定して、集計管理による意識づけを行いながら、提案力強化のためのロープレやトークの作成をしていることが実績向上につながっています。

さらに・・・本セミナーでは、2024年の 新車低金利販売店の**モデル成功事例**をお伝えします!!

Web販促中心で**新車**を月**20**台売る事例**30**選

事例1	ターゲットを詳細に設定した広告でCPAは超高効率の20,000円台	
事例2	低金利を打ち出す広告を出稿して自動車ローン検討層からの問い合わせ獲得	
事例3	車種カテゴリごとに分けて広告を出稿することでディーラー検討層からの問い合わせを獲得	
事例4	月々の支払金額が安いことを訴求して新車リース・ディーラー検討層からの問い合わせを獲得	
事例5	展示場の画像を広告バナーとして配信し、ディスプレイ広告からも問い合わせを獲得	
事例6	温度感が高いリピートユーザーにはキャンペーンを前面に打ち出した広告を出稿	
事例7	特別金利キャンペーンをバナーとして出稿し平均クリック率8.9%	
事例8	競合サイトを閲覧しているユーザーに対してディスプレイ広告を配信し問い合わせ数増加	
事例9	競合が多い市場でも商圏人口に見合った販促量へ適正化しCPA5,000円改善	
事例10	ローンの審査に不安があるユーザーに対して専用の広告を配信し平均CPA3,900円	
事例11	低金利を訴求した特設のLPで平均問い合わせ率は0.5%	
事例12	LPのトップバナーは「低金利訴求」「金利による総支払額の差」で安さを訴求	
事例13	各車種の詳細な説明ページに金利による金額差を掲載して問い合わせ誘導を実施	
事例14	自社のサービスは小さなものでもすべて特典としてLPに掲載し問い合わせ率1.3倍	
事例15	競合との差別化を図るためにLP上で新車の「買い方」の選択肢を訴求	
事例16	店舗やスタッフの写真をLPに掲載することで安心感を訴求	
事例17	他社差別化のために即納車を用意し問い合わせ率アップ	
事例18	車のカテゴリごとのLPを展開し、当該広告キャンペーンからの問い合わせ数4倍	
事例19	納車式の写真を掲載して安心感を訴求	
事例20	口コミの評価が高いことを打ち出したバナーをLPに掲載し安心感を訴求	
事例21	問い合わせフォームの必須項目を減らして問い合わせへのハードル低下	
事例22	車種の詳細な説明を記載したページに月間のキャンペーンバナーを掲載し今買う理由を訴求	
事例23	車種検索コンテンツをメーカー別からカテゴリ別に変更して反響率アップ	
事例24	ローンの審査に不安があるユーザーに対して専用のLPを設置し、平均問い合わせ率3.5%	
事例25	CVボタンの設置場所を増やして問い合わせへの導線を強化	
事例26	来店に近いCVポイントを新たに設置することで問い合わせ後の来店率アップ	
事例27	来店予約特典の設置で来店予約獲得件数5倍に	
事例28	納車時の口コミ依頼でWeb口コミ件数増加	
事例29	併設整備工場の顧客に声掛けを実施して既存代替月5台	
事例30	ベテランとのバディ制度で新卒でも新車を月10台以上販売できる仕組みづくり	