

新車販売店向け リース販売台数倍増セミナー

講座	セミナー内容
第1講座	新車リースのビジネスモデルと最新の集客戦略 業界の時流を踏まえ、新車リース事業を成長させるための最新の集客戦略を解説します。 講座抜粋①：2025年最新、新車リースのビジネスモデルの現在地 講座抜粋②：今後生き残る新車リース販売店とは 講座抜粋③：新車リースを月間10台販売するための集客戦略 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 リーダー 岡田 三菜美
第2講座	【ゲスト講演】新車リースで月間10台以上を販売するために 新車リース販売台数月間1～2台を10台に伸ばして業績アップを実現したゲスト企業にご登壇いただき、具体的な販促のかけ方や営業戦略をお話いただきます。 講座抜粋①：新車リース強化を決めた背景と目指すところ 講座抜粋②：販促50万円から始めた集客施策 講座抜粋③：成約率50%以上で新規商談を決め切る営業手法  株式会社上原自動車 代表取締役 上原 勇樹 氏  株式会社モーターランド 代表取締役 安藤 達 氏  株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 チーフコンサルタント 遠藤 圭太
第3講座	コンサルタントが徹底解説！販促50万円からでも新車リース集客を成功させるポイント 講座抜粋①：ゲスト企業の成功事例と成長の軌跡 講座抜粋②：経営者が見るべき！集客・営業力のKPI 講座抜粋③：費用対効果を最大化するWeb中心の集客戦略 講座抜粋④：営業スタッフの意識から変える新車リースの営業戦略 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 日吉 睦好
第4講座	明日から成果につなげるために実行すべきこと 本セミナーの内容を実践に落とし込み、成果につなげるために経営者が決断、実施すべきことをお伝えいたします。 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

日時・会場	東京開催 2025年5月21日水 【開催時間】 14:00～17:00 (受付開始：開始時間30分前～) 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)]
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 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。 ※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。 ※商圏バッティングの関係上、宮崎県の会社と一部九州の企業のご参加をご遠慮いただく場合がございます。予めご了承ください。

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/127997 船井総研ホームページ (https://www.funaisoken.co.jp) に右上検索窓に「127997」をご入力し検索ください。

【お問い合わせ】 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)

※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。

新車リース販売店 経営レポート

ローカルエリアでも 後発参入でも 業績を伸ばし続けている

全国の成功店舗徹底解説



成果を上げる秘訣は中面へ！

主催	新車販売店向け リース販売台数倍増セミナー お問い合わせNo. S127997 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大阪府中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル	セミナー情報をスマホで！ 
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。)→ 127997		

SPECIAL INTERVIEW

特別ゲスト講師

株式会社上原自動車 代表取締役 **上原 勇樹氏**



新車リースを始められたきっかけを教えてください。

これまでは現金販売や紹介からの販売が多かったが、自分たちの力で販売を進めていきたいという思いがありました。

その思いを実現するための販売ノウハウがなかったため、フランチャイズ加盟することでノウハウを自分達に落とし込みたいと考えました。

新車リースの商品は、7年間自社の顧客としてメンテナンス入庫いただけるという点に魅力を感じてこのビジネスモデルに参入しました。

自社の課題として、販売した顧客がメンテナンスで入庫することが少なく、他社で入庫しているという点がありました。

新車リースであればご契約と同時に7年間の継続的なお付き合いを獲得できるという点が魅力的に感じています。



競合が多いエリアでどのような集客面を工夫していますか？

新車リース専用のWebサイトの立ち上げと内容の充実化、広告宣伝量最大化をポイントと捉えて強化しています。

近隣の競合店に対して、広告宣伝量では負けないように金額を増やしています。

また、店構えがもともとは整備工場としての見た目だったので、自動車販売店らしさを出していくためにブロック塀を取り払って展示車を用意したり、店頭看板を用意したり、1万円のぼりを立てています。

専門店としての店づくりを意識することで、販売店らしさというものをアピールできればと考えています。

接客面では単純に販売だけでなく、お客様とのつながりを作り上げることを意識しています。

僕がバスケットボールチーム創設者の1人と知り合いなのですが、お客様との接点を取り持ったり、お客様が経営しているお店へ挨拶に行ったり、お客様個人との付き合いを意識してどうすれば関係性が良くなるかを考えています。

あとは店頭受付に新車リースの看板を設置しています。

メンテナンス入庫客が受付をするタイミングで目に入るようにして、新車リースを扱っている、自動車を購入できるという点を知ってもらえるように工夫しています。



広告宣伝費を約3倍にできた背景・決断のきっかけを教えてください。

以前から広告宣伝自体は知り合いに依頼して進めていく中で、効果は実感していました。同時に、広告宣伝量を増やすだけでなく、質を高めることはできないかと考えていました。

そのタイミングで船井総合研究所へのコンサルティングを依頼し、マーケティング面でのサポートを受けることを決断しました。

僕自身が勉強会に参加する中で、船井総合研究所が持っている成功事例の数に魅力を感じて、そのノウハウを自社に落とし込んでいくことで業績を伸ばしていこうと。

以前から実施していた広告宣伝の効果は実感していたので、さらに販売台数を伸ばすためには広告宣伝量を増やすしかないというところで増額に踏み切りました。

もちろん、最初は広告宣伝量を増やすことに不安はありましたが、財務面で資金調達ができたことで思い切って踏みこむ決断ができました。

それでも当初は広告宣伝費を増やすことにとても葛藤がありました。

仮に来場が多く来たときに対応ができるのか、広告宣伝費を増やしても来場が増えなかったらどうしようと。

でも、まずはやってみないとわからないと思いまして、思い切って広告宣伝量を増やすことにしました。

広告宣伝費を増やしたことで来場数も増えて効果を実感しましたし、接客対応も当初は抜け漏れがありましたが、やはりそこは慣れというか、どうすればお客様にちゃんと対応できるかを考えて現場でも動くことで、販売台数自体も伸びていくことに繋がっています。

株式会社上原自動車の成功ポイント

✓ 店頭の露出最大化

- ・専門店の店づくりで1万円を最大限アピール



✓ 新車リース専用サイトの立ち上げと更新

- ・新車リース専用HPを立ち上げて、コンテンツを充実化
- ・広告配信用のクリエイティブ作成を毎月実施し、“当たる” Web集客を実施



✓ 地域一番の販促量を実施

- ・Web上で圧倒的な配信シェアを獲得
- ・SNS、YouTubeでの広告宣伝により商圏内での認知を拡大



SPECIAL INTERVIEW

特別ゲスト講師

株式会社モーターランド 代表取締役 **安藤 達氏**



新車リース事業を始められたきっかけを教えてください。

まず、私自身が新車に“楽に乗る”にはどうすれば良いかを考えられたからです。10年以上前にインターネットで探していたところ、某信販会社と提携しているリースプランがあることを知り、当時、話を聞きに行ったりしました。本社まで赴き、導入を検討したことを覚えています。おそらくこちらが事業参入の経緯でした。

その後、今加盟しているフランチャイズの社長と話をしている中で、リースブランドの展開をしてほしいと伝えていましたが、二年後に今のプラン・商品が完成し、スムーズに導入していきました。もともと、リース以外のお付き合いで今のフランチャイズには加盟していた経緯がございました。リースは顧客の囲い込みがしっかりでき、自社は車検やメンテナンスのサービスが弱かったため、当時、その部分も同時に獲得できると考えていました。企業として、基盤が強固になっていくなと考えていましたね。



一時リース販売台数は年間100台を切り、今では年間160台超え。2023年以降V字回復を遂げていらっしゃいます。伸び始めたきっかけは何でしょうか。

第一に、販売をしっかり強化していきたいという想いが根底にはありました。あとは経営者としての判断のところですね。いろいろと考えは浮かぶのですが、悩んでしまうものです。経営者としてやるべきこと、会社の状況、現場の状況、それらを一つずつ、やるべきことを考えることが多く、毎回考え、実践してはいたものの、結局一回りしたら同じところに辿り着くことが多かったんです。そこで、必要な判断に際してのアドバイスをもらう、外部の人に第三者として意見を聞く、場合によっては判断してもらうことができれば、回りに回って同じところに辿り着いてしまうことはなくなるだろうと考えたのです。そこで、交流のある企業にコンサルタントとして関わっていた株式会社船井総合研究所の加藤さんを紹介してもらいました。

(以降は) 経営者としての判断が早くなったのは間違いなくありますね。当時からさまざまな経営判断において「根拠のあるデータが欲しい」という気持ちがありました。データがあれば判断する時間も削減でき、きちんとした根拠に基づいた判断ができますからね。新車リース事業に関する件もそうですし、経営全般において、判断としては早くなりましたね。新車リース事業がV字回復した要因は、このあたりなのではないかと感じています。



同業の競合が多いエリアだと思います。業績を上げるためにどのような工夫をされているのでしょうか。

競合と言いますか、特に大手販売店が出店してきた時に、負けない店を作りたいという点です。万が一、競合店舗とお客様の取り合いになったとしても、最終的にはこちらの方が良いと思ってもらえるように、ディーラーと比べて“自社の良さは何か”を考え尽くしています。「人が良い」や「安い」だけではなく、最終的には「安さ」と「品質」の両方を備えていれば負けなだろうと思っていますね。難しいことではあるのですが、二回目（リピート）に繋がるよう、他店舗との差別化を強化し、自店の評価を高めていきたいです。もっとお客様に車を買ってもらえるお店になれるよう、常に考えています。

株式会社モーターランドの成功ポイント

✓ 店舗づくりで視覚的にブランドイメージを訴求

- ・店舗看板/タペストリーの新設により「軽一万円」のコンセプトを明確化
- ・のぼりのデザインを統一し専門店としての訴求力を向上



✓ データに基づいた販促の最適化

- ・Webマーケティングは問い合わせ数や成約数を分析データに基づいた広告運用、予算配分を最適化
- ・チラシやクーポン等の紙媒体は“顧客のアクション数”を基準に継続的に改善



✓ 競合を意識した独自性の演出

- ・競合分析の上、自社の強みを洗い出し販促内容、デザインに反映



SPECIAL INTERVIEW

株式会社ヴィーテック 代表取締役 相本 直樹氏



新車リースに参入したきっかけを教えてください。

まず、これまで弊社が力を入れてきた中古車や未使用車の仕入れが、市場の変化で厳しくなってきたという背景があります。とくに、お客様からのニーズが高い100万円くらいの予算で買えるような中古車を確保するのが難しい。

さらに、中古車の販売だとお客様との関係がそれきりになり、整備やメンテナンスで、どれだけ二次収益に繋がっているのか見えにくい部分もありました。

その点新車リースは、お客様は新しい車に乗りやすく、私たちにとっては長期的な関係を築きやすい素晴らしい仕組みだと考えました。

また、スマホや家賃など、さまざまなものの月々払いが当たり前の世の中になっていて、ローカルなエリアでもこれから流行っていく乗り方だと考えています。



専門店出店ではなく、中古車販売の拠点で新車を併売するメリットやデメリットを教えてください。

ヴィーテックは100台以上の展示在庫があり、「軽自動車ならなんでも揃う」というイメージが地域のお客様に根付いています。他社と比較される場合も1店舗目に訪れていただけるケースも多く、中古車販売で培った企業イメージをアドバンテージにできていると感じます。

リースを強化すると決めてから、展示場の1番目立つコーナーに「月々1万円」ののぼりを立てているので、既存のお客様も気にしてくれるようになっていきます。

新車リースを打ち出したことによる他の買い方へのマイナス影響はほとんどないです。むしろ新車リースで乗り換えてくれても良いと考えています。



人口が少ない町でどのように集客を工夫していますか？

何より、今まで築いてきた既存のお客様との関係性を大事にすること。声かけや紹介チケットをきっかけに、毎月10件くらいは紹介のお客様がいらっしゃるのではないかと思います。

また、変化が激しい市場なので、ディーラーや競合店の動きには注意しています。車で30分くらいなら買い物に出て来てもらえるエリアなので、競合状況をみて販促を広げています。

紙媒体は全戸配布型のポスティング情報誌を活用し、Web広告は毎月打ち合わせをしてエリアや媒体を調節しています。

株式会社ヴィーテックの成功ポイント

- ✓ 中古車展示場に“新車リースコーナー”を新設
 - ・最も目立つ間口の2列を新車の展示に変更
 - ・認知拡大を目的に来場イベントを定期開催



- ✓ 中古車商談からのリース誘導
 - ・買い方のヒアリング後、全件新車リースを提案
 - ・トップ営業マンがトークスクリプトを作成しロープレを実施



- ✓ リース専用販促に月間約60万円を使用
 - ・専門LPを作成し、デジタル広告を実施
 - ・全戸配布型情報誌に紙面広告を掲載



- ✓ 専用アプローチブックで営業スキルを平準化
 - ・リース商談の経験が少ないスタッフも“読むだけで”説明ができるツールを活用

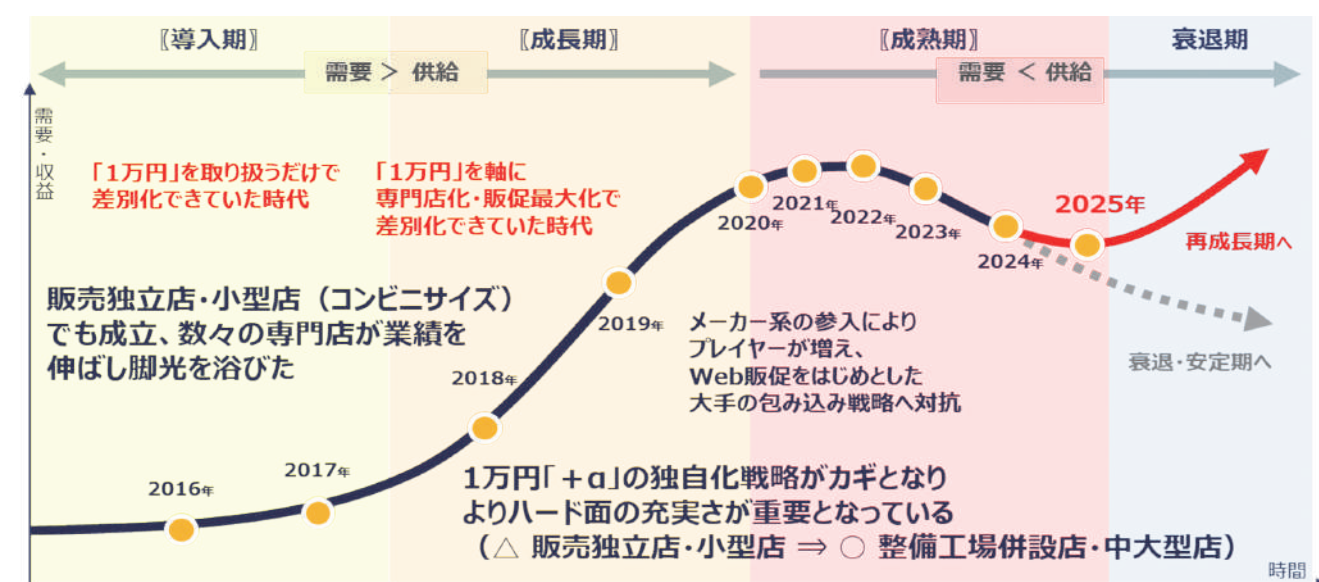
実証済みの方法だけを 厳選してご案内させていただきます！

参加者
限定!!

今回は具体的なツールまで 全て公開させていただきます！

「人口減少が進むローカルエリアで、競合も乱立。
市場が成熟していく中で、ここから業績を伸ばしていくには
きっとかなり難易度が高いんだろう…」

たしかに、ライフサイクル上では市場の活況とプレイヤー増加により“新車リース事業”は成長期から成熟期へシフト。
これまでは「専門店の出店」で販売台数を伸ばせましたが、競合環境が激化する中で選ばれる企業になるためには「独自の付加価値での他社との差別化」が必要になります。



無計画な販促費の増加や、コンビニサイズでの出店戦略はハイリスクハイリターンを狙うことになりかねず、全員がチャレンジできる方法とは言えません。

そこで、2025年以降も業績を伸ばし続けられるビジネスモデルにアップデートするために、全国の前向きな事業主の皆様と試行錯誤を繰り返し、一緒に取り組んだ結果、多くのノウハウを蓄積することができました。

今回は「人口が少ないエリアでも」「競合が乱立するエリアでも」、さらには2022年以降の「後発参入でも」業績を伸ばし続けているゲスト企業の圧倒的な事例をもとに、最新の成功ノウハウをお伝えします。

これまでも新車リース事業攻略セミナーは数回開催してきましたが参加を躊躇される方からは、このような声を多くいただきました。

「どうせうちの規模には合わない事例ばかりでしょ」
「結局、全部自分で準備しなきゃいけないでしょ」

今回は、実際に成果を挙げている店舗で活用している
ヒアリングシート、商談POP、チラシデザイン、Webバナーなど
明日からマネしていただけるツールをすべて公開させていただきます！



ヒアリングシート



商談ツール



チラシデザイン



Webバナー

セミナーや研究会は師と友づくりの場！ ～全国で活躍されている社長の声～

新車リースで業績アップするには 今、決断するかどうかです！



株式会社カークリニックアキヤマ
代表取締役社長
梶山 洋之氏

研究会では車販業者の方だけでなく、成功事例店の情報も得られ、経営者だけでなく販売責任者にとっても大変助かっています。

研究会では**販売集客の方法や成功事例店の情報**が得られ、経営者だけでなく販売責任者にとって大変助かっています。

現場責任者と一緒に行くことで、自分よりも部長や営業担当者が、勉強会に参加すると**気づきがあり**、良いと思います。



株式会社ユーネット
代表取締役 (鳥取県)
武村 俊樹氏

鳥取という**地方**だけでは**得られないような**コアの取り組み方、チラシの見せ方、Webのやり方がとても参考になります。

鳥取という**地方**だけでは**得られないような**コアの取り組み方、チラシの見せ方、Webのやり方がとても参考になります。

お客様のニーズや環境、それに伴う業界は常に**変化し続ける**ので、情報を共有しお互い**刺激**し合い理念実現のため**共に成長**していきたいです。



株式会社トピック
代表取締役社長 (岐阜県)
下畑 旬平氏

お客様のニーズや環境、それに伴う業界は常に**変化し続ける**ので、情報を共有しお互い**刺激**し合い理念実現のため**共に成長**していきたいです。

定期的に集まるので経営者同士、**切磋琢磨**でき、**刺激**をもらえることも大きな魅力。自社に無いものを知ることができる。また、休憩中などの時経営者同士で**ホンネの話**なども聞けるので、更に深い話を共有できる。



株式会社ガイアスジャパン
代表取締役 (長野県)
岡野 茂春氏

定期的に集まるので経営者同士、**切磋琢磨**でき、**刺激**をもらえることも大きな魅力。自社に無いものを知ることができる。また、休憩中などの時経営者同士で**ホンネの話**なども聞けるので、更に深い話を共有できる。



株式会社東日産自動車
代表取締役社長 (千葉県)
三和 清訓氏

良かった点も、悪かった点も共有出来る経営者としての**同志との会話**。色々な方との出会いがとてもよかった。

良かった点も、悪かった点も共有出来る経営者としての**同志との会話**。色々な方との出会いがとてもよかった。

他社との情報交換と時流を学べることで、他社の成功事例を知ることが出来てよかったです。



株式会社Carport
代表取締役社長 (長野県)
亘 政典氏

他社との**情報交換**と**時流**を学べることで、他社の成功事例を知ることが出来てよかったです。



株式会社渥美自動車
代表取締役社長 (宮城県)
渥美 允盛氏

特に**会社作りのプラットフォーム**を提供してくれること。**車販としてはこれ以上ない販売方法**だと思いますので、がんばっていきましょう！

特に**会社作りのプラットフォーム**を提供してくれること。**車販としてはこれ以上ない販売方法**だと思いますので、がんばっていきましょう！

今回、**理論・理屈は一切抜きにして、実際の成功事例とそれを再現するための成功のポイント**に絞ってお伝えします。

また今回は質疑応答の時間もございます。大抵の疑問はその場で解消できるので、成功するための情報は一通り揃うような内容になっています。今、店舗の業績アップに悩み、足踏みをしていないでしょうか？成長スピードに満足できていますでしょうか？

そもそも、会社の現状を正しく把握し、目標をアップデートできていますでしょうか？

このレポートをお送りしている方は、その夢ある特急列車の切符を手にしてしまうと私達は考えています。

セミナーへの投資額は27,500円(税込)/一名様です！

今回は既に組み込まれている企業様の利益を確保するためにもご用意できる席数は20名様限りさせていただきます。

開催日まで約1ヵ月、お席が埋まってしまう前に

今すぐお申込みいただくことをおすすめいたします。

熱心な事業主の皆様にお会いできること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