

セミナー当日からすぐに使える**超実践的**な
事例・ノウハウ・全てをお伝えします！

【塗装業界】元請化成功事例10連発セミナー

講座	セミナー内容
第1講座	【塗装事業】元請けビジネスモデルと成功事例を徹底解説  講師 岩本 幸樹 株式会社船井総合研究所 専門工事支援部 外装グループ 講座内容 「下請けが多く利益が残らない」「元請け参入の方法がわからない」「成功事例を知りたい」そのような塗装会社の悩みを解決します。
第2講座	【事例連発】塗装職人会社の成功ストーリーを一挙大公開  講師 岩本 幸樹 株式会社船井総合研究所 専門工事支援部 外装グループ 講座内容 様々な背景をお持ちの塗装職人会社様が近年で急成長をされた成功事例10選をご紹介します。
第3講座	まとめ講座「今、塗装会社に取り組むべき内容とは」  講師 守山 陸渡 株式会社船井総合研究所 専門工事支援部 外装グループ リーダー 講座内容 持続的成長を続ける塗装会社であるためのポイントをまとめてお伝えいたします。

開催日時

2025年

6月13日(金)

6月21日(土)

6月23日(月)

13:00～15:00
(ログイン開始:開始時間30分前～)

開催方法

オンライン開催

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メンバーズ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/128232>
船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) に
右上検索窓に「128232」をご入力し検索ください。

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。



1歩先を進む塗装会社が見つかる

見積りサイト
依存から脱却!

年商5億円

東京都
足立区
株式会社深井塗装
代表取締役
深井 信幸氏

下請け職人
親方から急成長!!

年商4億円

埼玉県
川口市
株式会社ヒカリテック
代表取締役
武田 光司氏

集客数
V字回復!

年商3億円

岡山県
岡山市
株式会社ミナン
代表取締役
中村 英行氏

巨大ショールームを
オープン!

年商3億円

石川県
白山市
株式会社外壁王
代表取締役
村井 悠光氏

夫婦ブランディングで
差別化に成功!

年商1.3億円

愛知県
名古屋市
アートペインズ株式会社
代表取締役
奥村 誠氏

塗装

元請け
成功事例
職人会社
10社の
連発の

一挙解説

オンライン開催

DXを活用し
数字に強い
塗装会社へ

年商4.5億円

愛知県
名古屋市
株式会社結建装
代表取締役
有永 諒氏

雨漏りを強みに
OB紹介を促進!

年商3億円

富山県
富山市
株式会社ナカゼ
代表取締役社長
中陳 武氏

補助金を活用して
ショールームを
オープン!

年商1億円

岐阜県
大垣市
株式会社SUNペイント
代表取締役
深谷 英伸氏

看板×バス広告で
圧倒的認知戦略

年商2.5億円

大阪府
和泉市
株式会社ロードリバス
代表取締役
道川 豊氏

ホームページから
月間15件以上の
集客!

年商1.8億円

兵庫県
尼崎市
株式会社イーテック
代表取締役
榎本 圭祐氏

事例企業の当日の登壇はありません。

オンライン
セミナー

2025年

6月13日(金)・21日(土)・23日(月)

13:00～15:00
(ログイン開始:開始時間30分前～)

【塗装業界】元請化成功事例10連発セミナー

お問い合わせNo. S128232

主催

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

お申込みは
こちらから→



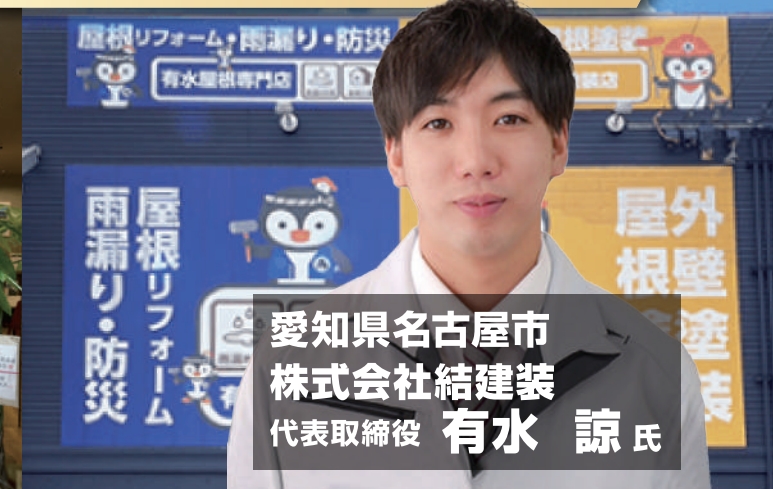
当社ホームページからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。)

128232

ポータルサイト依存脱却で 1店舗 年商4.5億円

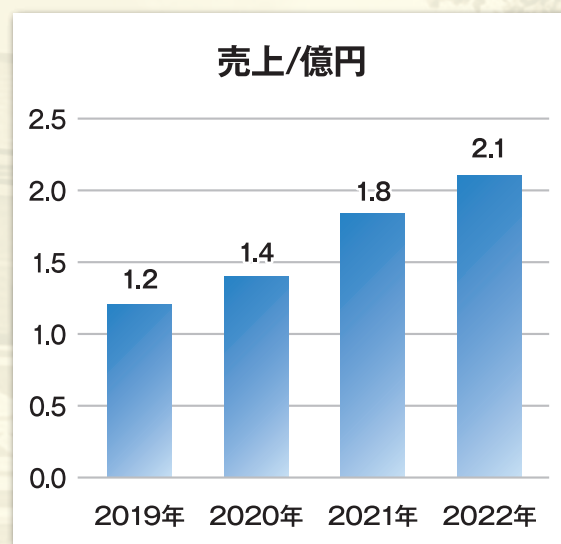


業界トップクラスのDX推進企業 時流適用でたった3年で売上成長率800%!



ショールーム出店と自社集客の強化により 増収増益を達成しました!

2023年には売上3.7億円を達成し、売上は右肩上がりです。順調だったものの、お客様の熱量や粗利率・成約率の低下による生産性の低下などポータルサイト依存からの脱却の必要性を感じていました。

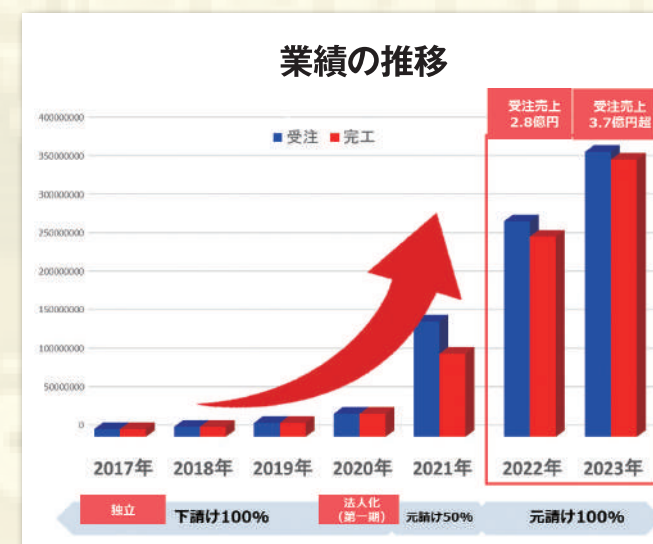


2015年に独立してから「元請け」に参入し、足立区を中心に住宅塗装を行っていました。ポータルサイトからの紹介案件をメインとして2022年の法人化の際には売上2.1億円を達成しました。

下請け脱却
下請け脱却とポータルサイト活用による年商拡大

Kintone×zoho 数字の見える化で高成長企業へ!

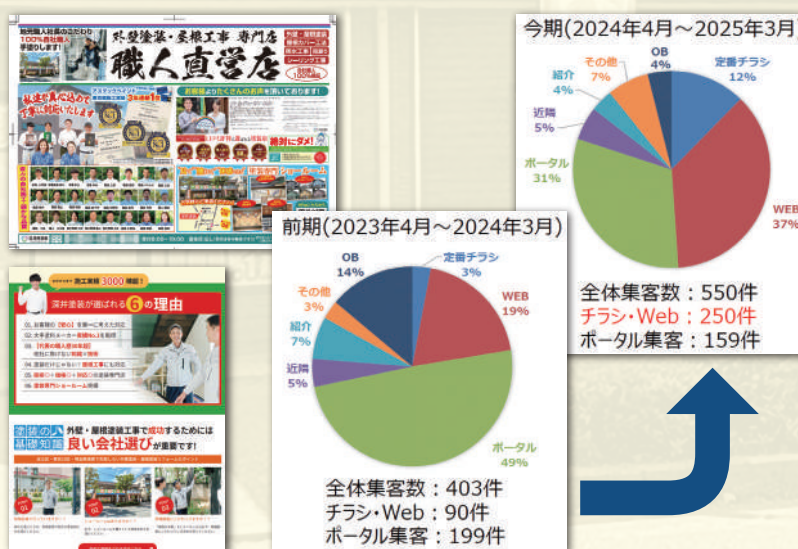
元請参入後から積極的に販促投資を行い、売上はたった3年で8倍となりました。



2017年に有水塗装店を開業し、下請けメインで施工を行っていました。しかし、下請けの際の施工金額や手抜き工事が多い塗装業界を変えたい、と自分についてきてくれるメンバーに安定した仕事という施工ができる環境を与えたいという想いから、2021年に元請けに参入しました。

元請塗装ブランドの立ち上げと下請け脱却

結果として1年でチラシ・Web集客数が160件増加し、成約率・粗利率の増加にも繋がりました。



このままではいけないと思い、2024年にショールーム出店と自社集客の強化を実施。チラシとhpを大幅にリニューアルし、積極的に販促投資を行いました。

自社集客強化
ショールーム出店とポータルサイト依存からの脱却で増収増益企業に

社内にDX推進室を設置し、社内への浸透を徹底。DX推進の成果も繋がり、元請参入4年でショールーム2店舗売上4.5億円を達成しました。



取り組んだことはDXによる見える化と管理です。顧客管理だけでなく、目標に対する進捗確認や販促の費用対効果・口コミ数までDXでデータ管理することで、販促の最適化を行っています。

DX企業へ
DXによる見える化で収益性アップへ

職人社長から元請参入へ 1店舗売上4億円達成！



埼玉県川口市
株式会社ヒカリテック
代表取締役 武田 光司 氏

雨漏りを強みに 自社独自のやり方を確立！



富山県富山市
株式会社ナカゼ
代表取締役社長 中陳 武

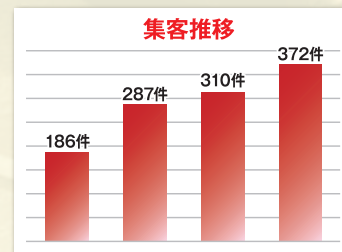
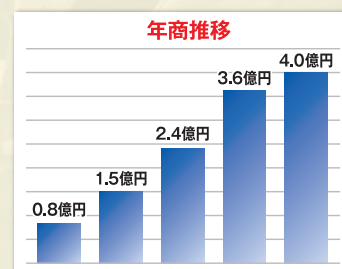
「自社職人」の強みを活かし 年間集客数370件達成！

しかし、川口市というエリアには規模の多い競合も多く、業績を伸ばすのは簡単ではありませんでした。

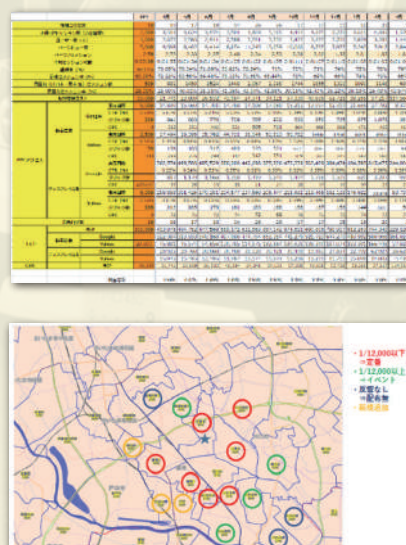


2002年に独立し、売り上げの増加もあり2004年に法人化しました。しかし、大手企業の下請け仕事が多かったため、金額を叩かれるという点と技術が必要なかったという点から下請け脱却を決意しました。

下請け脱却
独立し
下請けから
元請けへ



結果として年間集客数370件・年商4億円を達成しました！



強い競合との差別化として、自社の強みである「自社施工」をブランディングとして押し出しました。また、ただチラシを配布する・広告を配信するだけでなく、徹底的に施策と分析を繰り返し、販促効率を上げていきました。

業績向上
職人社長という
強みを活かした
差別化戦略

自社の強みを活かすことで、 前年対比集客数が150件以上増加！

私は元々シーリング工事の職人でした。シーリングを中心に仕事を請け負っていましたが、次第に雨漏りや防水工事の案件も増えてきました。当時は、地裁関係の案件にも対応しており、雨漏りのことであれば他社に負けない自信もありました。しかし、シーリングや雨漏りだけでは業績を大きく伸ばすことに限界を感じ、切っても切れない外壁塗装や屋根工事にも請け負えるようにしました。その時に、ショールームをオープンしましたが、できる限り資金を残しておきたいという気持ちでしたので、出店した先は立地が非常に良いわけではありません。周りの話を聞いてみると、やはり店舗の立地は業績に大きく左右するということだったので、初年度の売上はまさにその通りの結果でした。



2年前
ショールームの立地は良いとは言えない。その中でどのように成長するかを模索しました

ショールームの立地だけではなく、弊社にはもう1つ課題がありました。県内には既に圧倒的な一番店の競合が存在していることです。「正直、普通のやり方をしているだけでは勝ち目はありません」そこで私は、自社の強みをもう一度考え直しました。自社の強みとは、私が下請け時代から請け負ってきた雨漏り案件の経験や知識が一番です。一般的な外装専門には負けない知識と経験ということでは自信がありましたので、その分野をアピールすることに決めました。特に一般戸建てだけではなく、地域の団体や不動産管理会社などとも協力しながら、自社の強みを魅力に思っていただけのお客を増やしていきましました。結果、2年目では前年より150件以上、お問い合わせを増やすことができました。

業績向上
競合がひしめくエリアでも
独自固有の長所を生かし、
競合との差別化を図りました



職人社長ならではの 高品質な施工で差別化に成功！



岡山県岡山市
株式会社ミナン
代表取締役 中村 英行 氏

補助金を活用しショールームをオープン！ オープン2年目には2店舗目を出店！



岐阜県大垣市
株式会社SUNペイント
代表取締役 深谷 英伸 氏

ショールーム展開と ブランディング戦略で

しかし、競合の乱立・販促物の同一化により、2023年は集客が低迷しました。



2018年にショールームを出店。職人出身の施工力を活かした評判のいい塗装専門店として、HP・チラシを中心に集客を行いました。2021年以降は屋根工事・大規模修繕にもビジネス領域を広げています。

元請け参入
ショールーム出店と
業態の展開で
地域トップクラス店へ

結果として、年間集客数が561件と前年度より172件増加、さらにブランディング化の影響もあり、価格競争に巻き込まれることが減少し、高粗利率を達成しています。



実施したことは「他社との差別化」です。社名の変更を機に自社の強みを社外向けブランディングとして販促物に落とし込み、他社との差別化を行いました。

今期
高い施工力を活かした
ブランディング戦略で
V字回復へ

1年間かけて、ショールームをオープン！ 下請け時代の目標だった売上1億円を達成！

私は元々下請け職人で今も親族を中心に経営をしています。日々現場に没頭していたころ、知り合いの業者が凄く勢いで成長しているという噂を聞きました。色々と勉強していく中で、「元請け化をしたい」「ショールームを出したい」という気持ちが強くなっていきました。しかし、職人として私自身も現場に出ながらだったので、いきなり出店することに大きなハードルを感じていました。そこで、ショールームを出店するにあたり補助金を活用することを決めました。約1年間の準備期間を経て、念願のショールームをオープンしました！



元請け参入
ショールームの出店費用が高く
オープンするまでに1年間の
準備期間がかかりました

ショールームをオープンしてからは少しずつチラシを中心にお客様からの依頼が増えてきました。ショールームの周りには野立て看板を多数設置し、さらに自社の認知を広げることができるようになっています。さらに、2年目の昨季では、2店舗目を出店し、今まで問合せが少なかったエリアからもお声かけいただけようになりました。そして昨季、下請け時代に目標としていた売上1億円を達成することができました。今後は、営業人員も増やしていきたいながら、さらに成長ができればと思っています。



参入2年目
少しずつお客様からの
依頼が増えてきて、
念願の売上1億円を達成！

巨大ショールームによる差別化と 認知度の獲得でオープン2年で2.4億円へ



石川県白山市・金沢市
株式会社外壁王
代表取締役 村井 悠光 氏

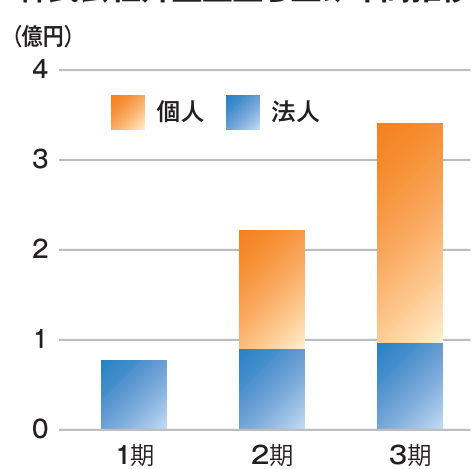
職人社長ならではの高品質塗装で 顧客満足度で選ばれて年商3億円



大阪府和泉市
株式会社ロードリバス
代表取締役 道川 豊 氏

巨大なショールームを構えて 年商3億円達成しました！

株式会社外壁王立ち上げ年商推移



弊社は石川県で創業25年の塗装会社です。以前は工務店・住宅不動産会社の下請けでした。しかし、2020年のコロナをきっかけに仕事量が不安定になってしまいました。それに、下請け仕事では、いつまでも利益が取れないし、私もいつまでも現場に出ないといけないという不安がありました。その時に、元請け塗装事業に参入することを決めました。

2年前 忙しい日々の 下請け時代

今期 巨大ショールームを 構えたことで 年商3億円を達成

私が元請け塗装事業を成功させるために行ったことは、徹底的な差別化戦略です。その中でも特にこだわったのが、ショールームの立地です。私の出店したエリアには年商5〜30億円の塗装会社が多く存在しており、新規参入してどうやって競合に勝つかという問題がありました。

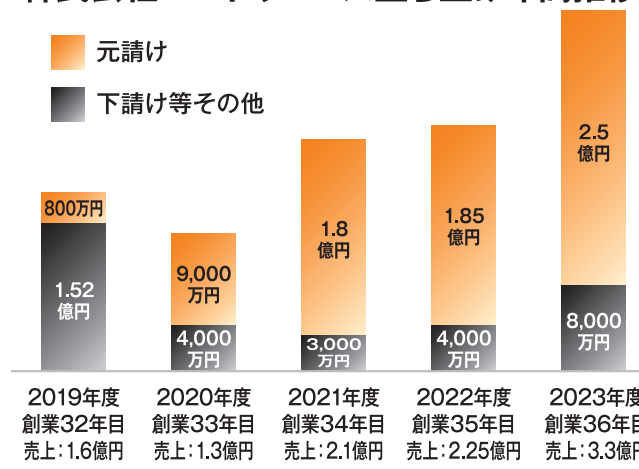
そこで、地域で一番目立つ塗装専門

ショールームを構えることにしました。オープン2年目は、2,4億円を達成できて、差別化にこだわった本当に良かったです。



元職人親方が看板×バス広告を活用し 年商2.5億円を達成！

株式会社ロードリバス立ち上げ年商推移



弊社は大阪府和泉市で創業37年目「ロードリバス」です。2020年より元請け塗装事業に参入しました。2020年から2年間は順調に成長しました。2023年は前年から、売上が伸びず、まさに売り上げ3億円を前にして、大きな壁にぶつかりました。

2年前 認知型広告を 活用する前

今期 看板×バス広告を 活用し、 年商2.5億円を達成！

年商2.5億円から、3億円を達成するためにに行ったことは、看板とバス広告です。



看板やバス広告への取り組みの結果、圧倒的な認知獲得に成功しました。年商は、2.2億円から2.5億円を達成し、3.3億円を達成見込みです。



▲野立て看板

代表夫婦のイメージを活用し差別化！



愛知県津島市
アートペインズ株式会社
代表取締役 奥村 誠氏

WEB集客を強化し、ホームページだけで月間15件以上の反響獲得に成功！



兵庫県尼崎市 伊丹市
株式会社イーテック
代表取締役 榎本 圭祐氏

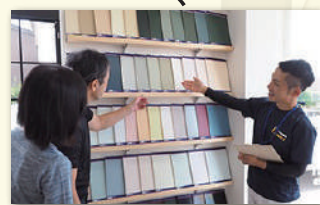
下請け職人から思い切ってショールームをオープン！ 他社にはない「夫婦ブランディング」で差別化！

元請け
約100組のお客様が
来店してくれました！

私も皆さんと同じように下請け職人でした。お客様に少しでも良い仕事を届けようと一生懸命仕事を活動していました。しかし、「やはり思ったような仕事ができない」「利益が残りにくい」という現実が変わりません。そこでまずはホームページを作成し、少しずつお客様から直接依頼をいただけるようになりまし。

しかし、ホームページを作るだけでは、大きくお客様の依頼を増やすことができませんでした。そこで、思い切ってショールームをオープンすることを決めました。本社がある名古屋市中ではなく、隣接する津島市にショールームを構えました。

当時オープンした際は、約100組のお客様がお店に足を運んでくれました。



ショールームオープンの際は、約100組のお客様が来店してくれました！

戸建て塗装事業で売上を伸ばしながら、 工場・店舗の大型案件にも積極的に参入！



集客UP
紙媒体の反響が厳しい・・・
そんな中でもホームページを強化し
反響を増やすことができました！

兵庫県尼崎市と伊丹市は比較的人口の多い都市部エリアになります。私たちも元々は折込チラシを中心に反響を増やそうとしていました。しかし、競合も多くなかなか紙媒体の反響数は良くなりませんでした。そこでホームページの集客数に力を入れることにし、少しずつ分析と対策をしていきました。

ショールームを構えていたことで、クチコミの獲得にも力を入れ、認知度が少しずつ広がっていることも確かです。店舗、看板、ホームページを連動させながら、月間15件以上の反響をホームページから獲得することができました。

未来戦略
戸建て塗装のみではなく、
工場店舗の大型案件にも
積極的に参入しています！



未来戦略
競争が多いエリアですが、
自社の特徴を活かしながら
差別化を図っていきました！

愛知県は塗装業者が非常に多いエリアと聞いています。実際に下請け仕事を多く頂いていたところからの知り合いも今は元請け化をしています。そんな激戦区と言われる愛知県では、競合との差別化が非常に困難でした。そこで見出したことが、「夫婦ブランディング」です。弊社代表夫婦が中心となり営業をしています。周りでは似たような業者はいませんでしたので、自社の特徴としてチラシやホームページで訴求しました。



未来戦略
戸建て塗装のみではなく、
工場店舗の大型案件にも
積極的に参入しています！

私が戸建て塗装の元請けビジネスに本格的に参入したところに比べると、今は競合も非常に多くなってきました。2〜3年前とは課題も異なっています。もちろん私たちは塗装専門店なので、戸建て塗装事業も引き続き伸ばせたらと思っていますが、今後の戦略としては工場や店舗といった大型案件の獲得に力を入れていきたいと思っています。大型案件は受注出来れば良いですが、1件の案件に時間がかかってしまします。そのため、戸建て塗装も上手くかけ合わせながら、会社の目標を達成できるように頑張ります！

未来戦略
戸建て塗装のみではなく、
工場店舗の大型案件にも
積極的に参入しています！

成功企業が取り組んでいる

住宅塗装ビジネスモデル

ビジネスモデルの3つのポイント

ポイント

①

差別化する為の店舗を構える!

- ・店舗を構える事で他社との差別化で集客数が倍増する!
- ・店舗を構える事で100組集客できるイベントを開催できる!
- ・店舗を構える事でお客様からの信頼を勝ち取り契約率がUP!

ポイント

②

販促費用を投資する!

- ・デジタル集客へ投資を行う。集客HPの作成が必須である!
- ・チラシの反響割合は30%!まだまだチラシでも集客が必要である
- ・野立て看板で社名をブランディングし、問合せ数がUP!

ポイント

③

営業を仕組み化する!

- ・見込みの高いお客様を集客し契約率を高める!
- ・社長の営業ノウハウをツールに落とし込み誰でも受注できる!
- ・全国の営業マンのノウハウを蓄積したマニュアルがあるから売れる

今回のセミナーで公開する

最新ノウハウとポイント

月40件以上の見積を提出する集客術

ポイント

1

毎月塗装案件を15件以上
生み出す塗装専門スマホサイト

ポイント

2

閑散月でも100組集める
塗装イベント集客

ポイント

3

1件あたり5万円以下で集客!
超効率的にお客様を集める仕組みを大公開



相見積5社でも60%受注できる営業マニュアル

ポイント

1

激戦区でも勝てる成約率60%!
魔法のアプローチブックを大公開

ポイント

2

未経験者でも即戦力が可能
1週間で覚えられる営業マニュアル

ポイント

3

値下げナシ+高単価塗装が受注できる!
来店ランクアップクロージング!



外注しても粗利40%で儲かる!高単価商品

ポイント

1

シリコン以上は当たり前!
フッ素・無機塗料が売れる商品設計

ポイント

2

足場・塗料・職人のコストをコントロール
粗利40%以上の原価表大公開

ポイント

3

ライバルと戦っても勝てる商品ラインナップ
高単価商品の売り方、見積書大公開



レポートをお読みいただいた方への特別なご案内



チャンピオンたちの「住宅塗装モデル」を最短最速で成功に導く方法を大公開
具体的なノウハウがたった2時間で手に入る!

【特別案内】

【塗装業界】元請化成功事例10連発セミナー

職人から成功した10社の事例を包み隠さずに、
デジタル集客～デジタル営業管理～デジタル施工管理まで一挙大公開!!

経営者、幹部での参加を推奨!

事例企業が使われている営業ツールも合わせて公開します!

■反響率1/5000の
塗装専門チラシ



■6社以上の
塗装ショールームを大公開!!



■各種マニュアル(200ページ)
(集客編、営業編、採用編等)



■クラウド顧客管理
デジタルフォーマット



■契約率60%を達成する
専門アプローチブック



合計
24
ページ

■各種営業ツール(15種類以上)



これだけあるから仕組みづくりが成功できる!

1 住宅塗装の集客が以前より難しくなっている

2 営業に自信はあるが、営業管理の仕組みが分からない

3 効率の良い施工管理システムが分からない

1日で
マルっと
解決!!

レポートをお読みいただいた方への特別なご案内

本レポートをお読みいただきありがとうございました。ただ、残念ながら紙面の都合上、成功事例の取り組みを一部しかお伝えできませんでした。そこで本レポートをお読みになり、

「住宅塗装」についてもっと詳しく聞きたいと思われたみなさま

を対象にした特別なセミナーをご用意しました。

セミナーでは、紙面で紹介した10社の事例を基に「住宅塗装専門店」の業績UPポイントを余すところなく披露させていただきます。

ここまで全国200社以上の会社が住宅塗装ビジネスモデルを実践されてきました。その中には、成功も失敗もされ蓄積されたノウハウがあります。

今回のセミナーを見聞きされる事で、皆様がまるでタイムマシンに乗って未来を見てきたかのように、皆様の未来像がここにあります!

一見の価値があるのは間違いありません。ぜひこの機会にご参加ください。

セミナーで学べる30のポイント

1. 住宅塗装専門店のデジタル集客方法を大公開!
2. 高確率で成功する住宅塗装専門店の起ち上げ方法とは?
3. なぜ住宅塗装専門店はここまで選ばれ続けるのか?
4. WEBから平均単価100万円の案件を集めるデジタル手法は?
5. WEB集客を成功させるポイントとは?
6. 住宅塗装チラシの配布のポイントを大公開
7. 徹底分析!伸びる会社はなぜ伸び続けるのか?
8. 現場近隣の方をデジタルを使って集めるポイントとは?
9. 塗装の最先端企業が取り組んでいるデジタル経営とは?
10. 人が集まらない不人気職種に若い子が採用できる秘訣は?
11. 住宅塗装専門店が選ばれ続けるコンセプトとは?
12. 本気客を集める集客のポイントを大公開
13. 立上げで失敗しないために把握しておくポイントとは?
14. 競争激化の住宅塗装で勝つためのポイントとは?
15. 「なんちゃって専門店」は大失敗する!赤裸々な失敗談!
16. 他社が全く追いつけない!圧倒的差別化ポイントとは?
17. モデル企業が実践しているデジタル営業方法とは?
18. 決裁権者が思わず納得してしまう必殺のトーク術とは?
19. モデル企業が実践する最新のデジタル採用戦略とは?
20. やりがいで離職率が下がる!住宅塗装ビジネスの魅力
21. 住宅塗装パック商品づくりのポイント
22. 伸びている会社に取り組んでいる工事ポイントとは?
23. これからの当たり前?!デジタル施工管理とは?
24. 1か月10棟以上の施工管理のポイントとは?
25. これは絶対に避けたい!失敗事例も公開!
26. 人が辞めない超スピード育成はデジタルマネジメント?
27. 採用～育成定着のカギはデジタル活用が握る!?
28. もう現場指導は不要。誰も知らない教育システムとは?
29. 船井流経営法から塗装会社の原理原則経営とは?
30. これだけは押さえておきたいデジタルDX経営のポイントは?

※他にもお伝えするポイントは多数ございますが、紙面の都合上割愛となりました。セミナーをお楽しみに!