なぜか新築も伸びる、リフォーム業の作り方セミナー
アフターメンテ部門を地域一番のリフォーム事業にする方法

講座内容 & スケジュール

オンライン開催 ※講座内容はすべて同じです。ご都合のよい日時をおひとつお選びください。

2025年 6月24日(火)・25日(水)・26日(木)・28日(土)

13:00〜16:00（ログイン開始：開始時刻30分前〜）

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15,000円（税込16,500円）／一名様　会員価格 税抜12,000円（税込13,200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。
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。セミナーご参加方法の詳細は「船井総研 Web 参加」で検索。

豪華2大セミナー特典

- 01 戸建リフォーム事業専門のコンサルタントによる **無料経営相談**
- 02 全国60社以上の企業が集う戸建リノベーション研究会 **無料ご招待**（1社1回限り）

講座	講師・内容紹介
第一講座	**いま新築住宅会社がリフォーム事業で業績を伸ばす会社に共通すること** ・平均単価1,000万円以上、リフォームビジネスモデル解説 ・有限会社北山建築が新築もリフォーム事業も伸びたポイント解説 株式会社船井総合研究所 住宅・リフォーム支援部 リフォームチーム チーフコンサルタント **味園 健治**
第二講座	**なぜか新築も伸びる、リフォーム業の作り方** ・新築事業を伸ばすために取り組んだこと ・アフターメンテナンス事業の売上アップで考えたこと ・戸建てリノベーション事業で業績を伸ばすための5つのポイント ・未経験20代の新人営業が1年目でリノベ受注1億円を超える営業手法 ・社員が入れ替わっても成果に違いがでない業務フローマニュアルとは 有限会社北山建築 代表取締役 **北山 裕史** 氏
第三講座	**平均単価1,500万円以上リフォーム事業で業種を伸ばす全国の事例紹介** ・戸建てリフォーム事業立ち上げ8ヵ月で、2億円を超える受注を達成! ・注文住宅事業と兼任でリフォーム事業立ち上げ初年度4億円受注! ・リフォーム営業・施工未経験の社員だけで売上2.7億円を実現! ほか全国の事例をご紹介します。
第四講座	**本日のまとめ** ・高単価戸建てリフォーム事業で業結を伸ばすために今すぐ取り組むこと 株式会社船井総合研究所 住宅・リフォーム支援部 リフォームチーム リーダー **阪口 和輝**

無料個別経営相談（先着順）

お申込み方法

【QRコードからのお申込み】右記のQRコードを読み取りいただき、セミナーページよりお申込みください。
※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。

【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/128944
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）　※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。

ご好評につき オンライン 開催決定

新築住宅会社の アフターメンテ部門が 稼ぎ頭（がしら）になった!

アフター部門! 6,000万円 →(4.5倍!) **2.7億円**

新築も伸びた! 年間27棟 →(1.8倍!) **年50棟**

なぜか新築も伸びる、リフォーム業のつくり方

有限会社北山建築
代表取締役 **北山 裕史** 氏

主催 株式会社船井総合研究所

なぜか新築も伸びる、リフォーム業の作り方

サステナグロースカンパニーをもっと。 Funai Soken

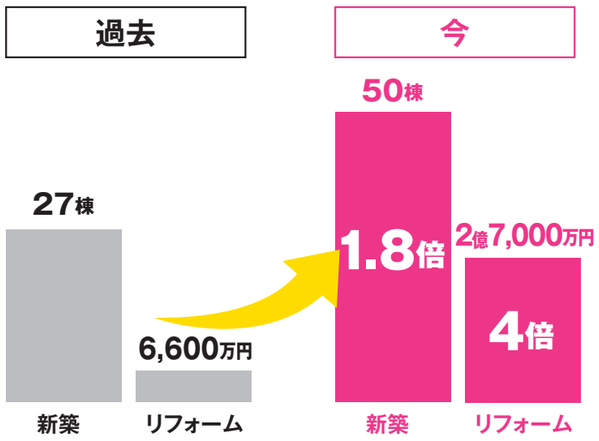
〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

お問い合わせNo.S128944

オンライン開催

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。 128944

アフターメンテナンス部門が、稼ぎ頭になりました!
しかも、新築住宅も1.8倍に伸びました!



新築は27棟から50棟へ（売上6.2億から12.6億へ）、そして、リフォームは6,600万円から2億7,000万円へと、新築も、リフォームも伸びました!
これまでのリフォームは収益が低いメンテ事業でしたが、売上も収益性もあがりました。

いま振り返って考えると、以下のことが成果につながったと思っています。

- 新築住宅事業は、新たに規格住宅を開発し、注文住宅比率を下げたこと
- 新築住宅と相乗効果を発揮するリフォームに特化したこと
- 新たに立ち上げるリフォーム業の負荷が、かかりすぎないようにしたこと
- WEB集客で効果を発揮するリフォームマーケティングに取り組んだこと
- 新築もリフォームもあわせて検討できる商品をつくったこと
- 新築もリフォームもできるだけ属人性を排除した仕組みをつくったこと

今回のセミナーでは、これらのことについて、詳しくお話をさせていただきます。

以前の弊社のようにアフターメンテナンス部門の売上アップをお考えの方、そして、リフォームの参入を考えているものの、決断できないでいる方の参考になればと思います。

このリフォーム業を立ち上げたことで、
2,000万円を超えるリフォームが受注できるようになり、これまでは集客も受注も少なかった**建て替え受注も増えました**。

あのとき、本格的なリフォーム業への参入を決断しておいて、本当に良かったです。

リフォーム業の本格参入で、新築も、リフォームも伸ばした北山建築が取り組んだこと

（セミナーでご紹介する取り組み例の一部）

新築住宅事業の注文比率を下げる

自社の特徴を取り入れたセミオーダ·住宅を開発し、フルオーダー住宅メインからセミオーダー住宅メインへシフトさせました。

リフォーム業の負荷がかかり過ぎないようにする

リフォーム事業に本格的に参入すると、その分の業務も増えますが、既存の組織には負荷がかからないように仕組みづくりをすすめました。

新築と相乗効果を発揮するリフォームに特化する

リフォームは数万円から1,000万円以上と価格帯が幅広い事業です。そのなかで、1,000万円以上のリフォームに特化しました。

新築もリフォームもあわせて検討できる商品開発

新築は坪単価、リノベは㎡単価にして、それぞれの総額を、その場で伝えられるようにしました。それで新築かリノベかの判断がすぐにできるようになりました。

WEB集客に効果を発揮するリフォームマーケティングに取り組む

ターゲット客層を明確にし、1件あたりWEB反響コスト3万円台を実現できました。
また、専門サイトの作成で20%を超える契約率にもなっています。

新築も、リフォームも、属人性を排除した仕組みをつくる

社員の入れ替わりがあっても、受注を落としたり、業務が止まることがないように、また生産性を上げるために、営業方法や業務フローを整備しました。