

新築年間20棟以上の 住宅・工務店業界向け

築10年以上の顧客が300棟を超えたら取り組み

利益を生み出す アフター部門づくり

- ☑ 引渡し後のクレームが増えている
- ☑ やらなきゃ・・・思うけど人員が割けない
- ☑ 注力しても利益につながらないのでは？
- ☑ 何から手をつけて良いかわからない



未経験者を**即戦力化**して取り組める

築10年以上の**新築顧客300**件あたり**営業利益+500**万円

高粗利の有償工事を**アフター点検**で**受注**する方法

オンライン
開催

2025年7月**21**日・**22**日・**23**日

10:00～12:00 (ログイン開始:開始時刻30分前～)

新築アフターリフォーム生産性向上ビジネスモデルセミナー

お問い合わせNo.S129995

主催



サステナブル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。

🔍 129995

【新築売上不振&アフターメンテ部門の生産性】2つの課題を乗り越える

アフター有償工事で増収増益する方法

STEP 1 メンテナンス未経験者でも受注できて、管理手間が少ないメニューをパッケージ化する

1日で完工できる給湯器やエコキュート、受注後の施工管理が複雑でない外壁塗装や防水工事、既存の仕様を知っている自社だからこそ簡単に見積もりができるキッチン・お風呂等の住設交換。「何か困ったことはありませんか？」というセールスだと「自社で出来るかどうか不安…」というケースに陥る懸念がありますが、あらかじめ自社で提案できるメニューをこれらの高効率な工事に絞り込んでおくことで、未経験者でも無理なくアフター有償工事を受注することができます。セミナーではこれらの商品のおすすめ選定方法と、パッケージ化するまでの具体的な流れを、実際の取り組み事例を基にご紹介します。



STEP 2 まだ工事実績がなくても実現可能！相場を押さえたコストダウンで、利益が出る利益が出る有償工事に

「アフターは大事だと思うけど、手を出したら手直しや利益が出ない工事が増えて、むしろ会社の利益を減らしてしまうのではないかと考える会社は少なくないでしょう。率直に言えば、手直しやクレームに起因する工事で利益を出すことは難しい・・・というのは事実です。だからこそ、顧客満足に繋がるアフター業務をしっかりと継続するためにも、自社から提案する有償工事メニューは高粗利でなければなりません。セミナーでは、これから本格的に有償工事を獲得していく段階の会社でも、一定の粗利率（例：外壁塗装30%～、住設交換35%～）が確保できるようなコストダウンの方法を、「相場原価」や「協力業者との交渉が円滑に進む発注計画の立て方・伝え方」などの具体論まで含めてお伝えします。

外壁屋根塗装 実績ほぼナシの会社でも...

計画粗利率 **17% → 33%**

エコキュート 実績ほぼナシの会社でも...

計画粗利率 **25% → 35%**

STEP 3 DMやチラシだけで集客しても効果は限定的...アフター点検オペレーションを工夫して増収増益する

「外壁塗装やエコキュートくらいは、もうオーナー様向けに定期的にDMを送ったりしている。それでも利益が出るほどの売上は上がっていない。」という会社もいらっしゃるかもしれません。それは案件の掘り起こし方法が間違っているからかもしれません。アフター部門が成長している会社は、アフター点検（特に10年点検や15年点検）の機会を最大限活用しています。このタイミングでチェックシート等に基づいた客観的な「劣化部位の診断・状況の報告」を行うことによって、無理なセールストークをしなくても高い確率でSTEP1の高効率な有償工事メニューをオーナー様から受注することができます。セミナーでは、この点検業務の具体的なフローや、有償工事の受注率を高める提案トークをお伝えします。



築10年～の新築OB名簿が300件あれば...

給湯器・エコキュート交換				
販促コスト (千円)	受注数	平均単価 (千円)	受注金額 (千円)	粗利額 (千円)
250	14	400	5,600	1,960

築10年オーナー向け保証延長工事or外壁塗装工事				
販促コスト (千円)	受注数	平均単価 (千円)	受注金額 (千円)	粗利額 (千円)
360	22	800	17,600	6,160

築15年～オーナー向け住設リフォームバック				
販促コスト (千円)	受注数	平均単価 (千円)	受注金額 (千円)	粗利額 (千円)
1,400	20	1,500	30,000	10,500

年間販促費は200万円程度、年間受注数60件程度だからスタッフ1名で完結できて、粗利額1800万円。

拠点不要なので最小限の販管費で新築オーナー様の満足度向上と、プラスαの粗利を獲得できるモデル。

このような方におすすめ

- アフターメンテナンス部門の収益化に悩んでいる業界の方
- アフターメンテナンス部門の業務効率化を図りたい方
- 新築引渡し後の顧客満足度向上や、そこからの紹介率アップを図りたい方
- 営業担当者とアフターメンテナンス担当者の連携を強化したいと考えている方

事例企業が実際に取り組んだ内容を基に、具体的な戦術や数値モデルまでお伝えします

建築工事業界 支援歴13年
 支援実績数累計170社※
※弊社主催の研究会における調査および実合型コンサルティング対象企業含む

メンテナンス & 機器交換特化型の
 リフォーム事業立ち上げ支援実績18社

セミナーで余すことなく徹底解説いたします。ぜひご参加ください。

株式会社船井総合研究所
 住宅・リフォーム支援部
 マネージャー 齋藤 勇人

株式会社船井総合研究所
 住宅・リフォーム支援部
 チーフコンサルタント 谷 清

号外特集
**新築減少時代に
 勝ち残る秘策**

住宅会社のアフターメンテナンス部門が 売上10億円を突破するためのロードマップ

STEP1

アフターメンテナンス部門で
 新築OB顧客向けに築年数別
 リフォーム提案を実施する。

- ① 築10～15年OB顧客向けに「住宅保証延長メンテナンスパック」の提案
- ② 築15年以上OB顧客向けにリフォーム相談会イベントを実施
- ③ 築10年以上OB顧客向けに給湯器・エコキュート販促を実施

【ポイント】

- 築年数に応じた提案メニューを整備する
- 10年目点検＆保証延長提案を行う
- DM販促＆コールセンターで掘り起こし

STEP2

新築OB顧客以外にもターゲットを拡大
 商圈特性や市場環境に合わせた“専門業態リフォーム”を展開

専門業態その1 水まわりリフォーム **or** 専門業態その2 デザインリフォーム **or** 専門業態その3 戸建リノベーション

【ポイント】

- 商圈内の一般エンドユーザーからもリフォーム＆メンテナンス依頼を獲得する
- 「●●のリフォームが得意な専門店」という強みを明確に打ち出す
- 自動車20分圏内を商圈として来店型ショールームを設けて集客力を高める

STEP3

1つの商圈で専門業態を複合的に展開することで
 シェアを高めることで収益性を向上させる

例) 1商圈あたり生産人員9名 年商5億円

- 水まわり業態: 20万人商圈 生産人員4名@6000万円 2.4億円
- デザイン業態: 20万人商圈 生産人員2名 1.2億円
- 戸建リノベ業態: 30万人商圈 生産人員3名 営業経 1ユニット1.5億円 1.5億円

【ポイント】

- 複数の専門業態を同一商圈で展開することによって、1件のお客様のあらゆる住宅改修ニーズを自社で獲得できるようになる
- 販促効率も改善されるため低投資で売上・粗利を増やせる

【売上・利益・生産性の成長モデル】※築10年以上の新築OB顧客1000件、自動車1時間圏内で人口60万人商圈の地方商圈を想定している。

アフター部門が、
 売上10億円の
 “花形部門”に
 成長するための
 ロードマップ



	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	6年目	7年目
売上高 (千円)	70,000	225,000	330,000	535,000	640,000	700,000	1,000,000
粗利高 (千円)	21,000	74,250	108,900	176,550	211,200	231,000	330,000
店舗数	0	1	1	2	2	2	3
生産人員	2	5	7	10	12	13	18
生産人員 1人あたり生産性 (千円)	10,500	14,850	15,557	17,655	17,600	17,769	18,333

号外特集
**新築減少時代に
 勝ち残る秘策**

住宅会社のアフター部門と相性が良いリフォーム戦略。 自社に合うビジネスモデルはズバリこれだ！

ビジネスモデル	水まわりリフォーム業態	デザインリフォーム業態	戸建リノベーション業態	1商圈多ブランド複合展開
概要	 <p>キッチン・お風呂・トイレなどの住設入れ替え(平均単価100万円前後)のリフォームに専門特化。材工パック価格の商品を企画し、それらをショールームに実物展示することで、お客様にとってわかりやすく、プランや見積作成も効率的に行えるため、回転が早い。規格化されたパックによる提案がメインとなるため、未経験者や新卒が早期に戦力化できるのも大きなメリット。</p>	 <p>わかりやすい3ステップでLDKリフォーム ① リフォームする間取りを決めて ② テイストを選んで、4つのテイストからお好きなものを選んでください ③ キッチンを選ぶだけ!! 家具セット販売で平均単価300万円超</p> <p>大手家電量販店やホームセンターなどの異業種が部分リフォームに参入して競争が激化していることを踏まえて、付加価値が高く価格競争になりにくい「空間提案・ライフスタイル提案」を強みとする業態(平均単価300万円)。複数の空間デザインテイスト(建材・間取り・建具・照明・設備仕様)をテンプレート化することによって、自社の特徴を打ち出しつつプランニングの効率を高めるところがビジネスモデルの肝。</p>	 <p>松阪市大黒田町にリノベーションモデルハウスグランドOPEN! 築35年の古家が蘇る!? 来場予約はこちらから QUOカード1,000円分プレゼント!</p> <p>「新築よりも低コストで、新築並みの性能と住み心地を実現」、「親から住み継ぐ家を自分たちにとって住みやすく」といったコンセプトで、1棟まるごとリノベーション(平均単価1500万円)を受注する業態。リノベーションの前後を体感できるモデルハウスが集客の要となる。60代の親世代と40代の子世代それぞれに向けてアナログとデジタルの複合的なマーケティングを展開するのも特徴。</p>	 <p>左に紹介している各業態を、専門ブランドとしてそれぞれマーケティング展開する一方で、拠点を1つに統合することで生産性の向上と業態間のシナジー強化を図る業態戦略。規模に応じた中～大型の店舗が必要だが、1つの商圈で複数の業態を展開することによって、単一業態では獲得できない幅広い客層にアプローチすることができるようになるため、高いシェアを獲得することができる。</p>
一拠点あたり売上・体制	推奨商圈人口:15万人～ 売上高:2～3億円 人員:営業3名～	推奨商圈人口:20万人～ 売上高:2～3億円 人員:営業2名～、施工管理1名～	推奨商圈人口:25万人～ 売上高:2～4億円 人員:営業1名～、施工管理1名～、設計1名～	推奨商圈人口:20万人～ 売上高:4～7億円 人員:営業5名～、施工管理2名～
こんなエリアは成功率が高い	都市部よりは郊外エリア 本格的に住設を展示したショールーム有りの競合他社がないエリア	中核都市以上のエリア 世帯所得が平均値よりも高いエリア デザイン系の競合が少ないエリア	戸建持ち家率と世帯所得が平均以上で、都心部ではなく郊外で人口集積がある中核都市以上のエリア	80坪以上の中～大規模ショールームを坪1万円程度の家賃で構えられる、郊外型の行政人口20万人以上の市
こんな会社におすすめ	50～100棟規模の住宅会社 建築未経験者メインで立ち上げたい 新卒採用を行っている	50～100棟規模の住宅会社 中規模単価以上の工事を取りたい 空間提案力には自信がある	30棟規模の住宅会社 新築事業の組織と人員を活かしたい 高単価な工事を取りたい	200棟規模～の住宅会社 リフォーム事業が伸びるタイミングで しっかり攻めてシェアを取りたい

オンラインセミナーでさらに詳しく解説いたします。ぜひご聴講ください。

アフターメンテナンス部門の収益化に課題を持つ 住宅会社の方は必見です

顧客満足度向上と効率的な業務体制を両立させる方法
優良顧客を育成し、安定的な収益を確保する戦略
最新のITツールを活用した見込み案件づくり・成功事例から学ぶ実践的なノウハウ

新築アフターリフォーム生産性向上ビジネスセミナー

※講座内容はすべて同じです。ご都合の良い日程をおひとつお選びください

【会場】

日程
会場

2025年
7月21日(月) 22日(火) 23日(水)
10:00~12:00 (ログイン開始: 開始時間30分前~)

オンラインにて開催

※本講座はオンライン受講となっております。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」で検索ください
※諸事情により受講いただけない場合がございます。

費用

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

・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
申込期限: ※祝日や連休により変動する場合がございます。

※会員価格は、各種研究会、経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン、(ID:FUNAIメンバーズPlan)へご入会のお客様のお申込みに適応となります。

【セミナー参加者特典】新築アフターリフォーム 無料経営相談

貴社の商圈や組織・人材の状況を基に、新築アフターリフォームの成功率や売り上げシミュレーションの算出を含めた無料経営相談です。※ご希望の方はセミナー聴講後のアンケートにご回答ください

講座	内容
第1講座	<p>アフターメンテナンス部門が年商4億円のリフォーム売上を作る住宅会社の仕組み</p> <p>新築OB顧客へのアフター対応を通じてリフォーム・有償工事で収益を上げている住宅会社の、アフターメンテナンス部門の具体的な仕組みや体制について解説します。</p> <p>株式会社船井総合研究所 住宅・リフォーム支援部 Reformビジネスグループ マネージャー 齋藤 勇人</p> <p>福島県須賀川市生まれ早稲田大学法学部卒業後、2012年に株式会社船井総合研究所に入社。住宅リフォーム事業の新規参入および活性化コンサルティングで2015年チームリーダー昇格、2017年グループマネージャーに昇格。現在は全国各地の地域1番店や有力リフォーム会社において、成熟マーケットで勝ち残るためのビジネスモデル転換を数多くプロデュースしている。その他、異業種（住宅、不動産、建材卸、専門工事業）からのリフォーム事業新規参入や、集客不振企業のマーケティング活性化（WEB）、営業組織マネジメント改善などの領域においても多数の実績がある。</p> 
第2講座	<p>築10年以上の新築オーナー300件から始められる、アフターリフォーム収益化実践論</p> <p>アフターメンテナンスを起点とした顧客との長期的な関係構築、収益性の高いリフォーム事業の構築、効率的な業務体制と成功事例の紹介など、住宅会社のアフターメンテナンス部門を収益の柱に変えるリフォームビジネスモデルを解説します。アフターメンテナンス部門の収益化に課題を持つ住宅会社は必見です。</p> <p>株式会社船井総合研究所 住宅・リフォーム支援部 1DayReformチーム チーフコンサルタント 谷 清</p> <p>東京都江戸川区生まれ。大学在学時は経営学を専攻し、マーケティングの研究に携わり、デジタル集客の手法を経験。大学卒業後、新卒で株式会社船井総合研究所に入社。入社後一貫して住宅リフォーム業界の圧倒的領域1番店づくりのサポートを志し、新規参入および業績向上のコンサルティングを行っている。なかでも超・小商圏でも参入可能な小商圏ビジネスモデルであるリフォーム・小工事専門店（1Day Reform）におけるWEB・アナログ両面からの集客コンサルティングを得意としている。チラシ作成からSEO対策、WEB集客まで集客を中心に幅広く業績アップのサポートを行っている。</p> 

お申込みはこちらからお願いいたします。

右記のQRコードを読み取っていただきWebページのお申込みフォームよりお申込みくださいませ。

※お申込に関してよくあるご質問は「船井総研 FAQ」で検索しご確認ください。

【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
【船井総研セミナー事務局】
E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

船井総研 129995 検索

【ホームページURL】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/129995>

