

売上30億・50億・100億の壁を、民間工事でどう突破したのか？	
徳島で年商100億円を実現した設備工事会社の成長戦略セミナー	
お問い合わせNo.S132328	
講 座	内 容
第1講座	なぜ、今「民間工事」なのか？市場の可能性と攻め方 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 マネージャー 外山 智大
第2講座	特別 ゲスト 講座 当社が民間工事で安定的に受注を獲得できた理由 大久保産業株式会社 専務取締役 大久保 俊治 氏
第3講座	「脱・下請け構造」で利益を伸ばす！ 技術力を価値に変える高付加価値工事の成功手法を完全解説 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 太田 智也
第4講座	設備工事会社の社長に今すぐ取り組んで欲しいこと 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 マネージャー 外山 智大

開催要項	
日時	※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。 オンライン開催 2025年9月24日(水) 13:00～15:30 (ログイン開始:開始時刻30分前～) オンライン開催 2025年9月25日(木) 13:00～15:30 (ログイン開始:開始時刻30分前～) 本講座はオンライン受講となっております。セミナーご参加方法の詳細は「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 20,000円 (税込 22,000円) / 一名様 会員価格 税抜 16,000円 (税込 17,600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	下記QRコードよりお申込みください。または、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.132328を入力、検索ください。 クレジット決済が可能です。
お問い合わせ	株式会社船井総合研究所 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。また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。 ※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。

お申込みはこちらからお願いいたします



【QRコードからのお申込み】左記のQRコードからお申込みください

【PCからのお申込み】セミナーページからお申込みください⇒ <https://www.funaisoken.co.jp/seminar/132328>

オンライン開催 2025年9月24日(水)・2025年9月25日(木)

緊急開催

電気・空調・配管設備業界向け

開催日時

2025年9/24(水)・25(木)

13:00～15:30 (ログイン開始:開始時刻30分前～)

徳島県で年商100億円を実現した企業が語る

“公共工事の知見を活かして”

工場工事

直需開拓で売上・利益を伸ばす方法

このような方に
おすすめ

☑公共工事を基盤としながらも民間工事も増やしたい方

☑公共工事の年度ごとの売上変動を抑えたい方

☑公共需要がある今こそ、競合の少ない民間を攻めたい方

特別ゲスト



コロナ禍を含む5年で
売上1.2倍 100億円を突破!

大久保産業株式会社 専務取締役 大久保 俊治 氏

100億企業の
成長戦略を
徹底解説!

詳しくは中面をご覧ください!

主催

徳島で年商100億円を実現した設備工事会社の成長戦略セミナー

お問い合わせNo.S132328



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。

132328





徳島県徳島市

大久保産業株式会社

大久保産業株式会社は1951年創業、徳島県に本社を置く生産財の専門商社です。当社の最大の特徴は、商社機能に加え、高い技術力を持つ工事部門を自社で有していることです。この両機能の相乗効果により、最適な機器の提案から設計・施工、導入後のアフターメンテナンスまでをワンストップで実現しています。

大久保専務へ
**独占
インタビュー**

なぜ、大久保産業は公共工事だけでなく、“民間工事(工場工事)”にも力を入れるのか？

Q1 公共工事と民間工事のどちらがメインですか？

実は、大久保産業の工事部門の**原点は民間工事**にあります。地域産業の発展に貢献したいという想いから、当時徳島県で盛んだった塩業の煎ごう工程で使用する加熱循環缶を1953年に受注したのが、その記念すべき第一歩でした。この成功を礎に、私たちはボイラー関連の設備工事で着実に実績と信頼を積み重ねていきました。そして1960年代に、徳島県のインフラ整備が本格化すると、これまで培ってきた技術力とノウハウを活かして照明灯工事を複数落札することができました。これが公共工事参入の契機となりました。時代の要請と共に**公共工事需要は拡大し、次第に事業の大きな柱**へと成長しました。民間工事で培った「お客様一人ひとりに向き合う顧客密着の精神」と、公共工事で磨かれた「高い品質管理能力と技術的な信頼性」。この両輪が噛み合うことで、現在の盤石な事業基盤が形成されたのです。



Q2 公共工事が基盤でありながら、なぜ民間工事を伸ばすのですか？

現在も、国土強靱化計画や四国沿岸での高速道路建設などにより、公共工事は引き続き多忙な状況が続いています。ただし、公共工事は年度による変動が大きく、いつ売上大幅に減少するかわからないという不安定さがあります。だからこそ、**収益の柱を複数持つことが重要**であると考えてきました。その中で、民間工事の受注拡大に注力する方針となり、体制強化を進めてきました。かつては紹介が中心で、競合も少なく参入しやすい時代もありましたが、現在は多くの企業に専属業者が存在し、新規参入は容易ではありません。しかし、当社がこれまで**公共工事で培ってきた高い技術力は、民間企業からも高く評価**されています。「国や自治体の厳格な品質基準を遵守できる企業なら、安心して工事を任せられる」との声もいただき、初めて接点を持つお客様からの受注へとつながるケースも増えてきました。

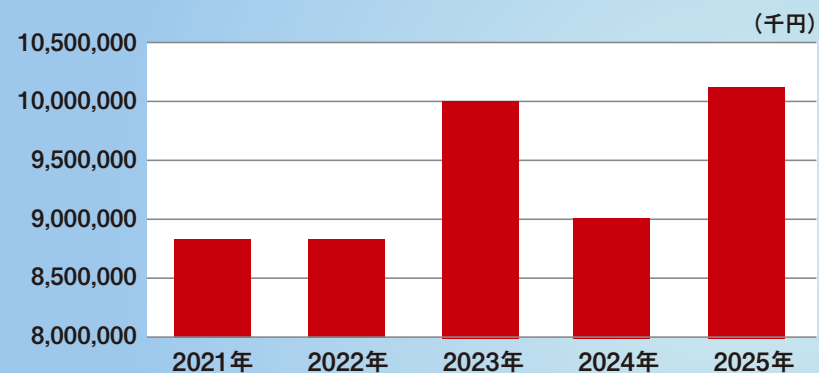


Q3 100億企業になったのは、民間工事の強化が大きいのですか？

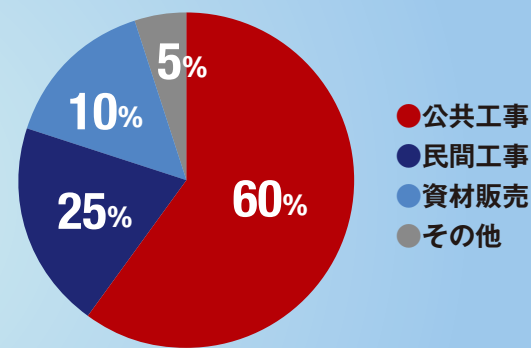
当社は2025年に売上100億円の壁を突破しました。この背景には、民間工事の強化が大きく関わっています。これまでの、公共工事が売上全体の約7割を占めていましたが、現在では、**公共工事が60%、民間工事が25%**、資材販売が10%、その他が5%という構成に変化しました。民間工事を本格的に強化していく中で、公共工事ほど1案件あたりの売上は高くないものの、一度お取引が始まると継続的な注文をいただけるケースが多く、特に工場を複数持つ企業では、新たな工場の案件をご紹介いただくこともあり、好循環が生まれています。その意味でも、民間工事の強化は大きな成果につながったと実感しています。現在、公共工事では2012年ごろの維持管理需要が再び高まりつつあると感じています。もちろん、公共工事に人員を増やすことも経営判断としては正解の一つですが、当社は**公共工事一辺倒の体制から脱却**しました。今後も、多様な選択肢を持ち、最適な市場に限られたリソースを投入していきたいと考えています。



数字で見る 大久保産業株式会社 業績推移と2025年の売上シェア



2021年売上 85億円 ▶ 2025年売上 101億円



2021年粗利 10億円 ▶ 2025年粗利 12億円

“年間20億円超”の民間工事の売上を実現する 大久保産業のマーケティング戦略とは？



① 新たな顧客接点を創出する、商圈特化型専用HP制作

公共工事が中心の企業は、民間企業との接点を持つ機会や独自の営業ノウハウが不足しがちで、高い技術力がありながら参入を断念するケースも少なくありません。一方で施主側も、従来の「お抱えの業者」だけでなく、近年はコストや提案内容と比較し、全体最適で業者を選定する傾向が強まっています。そうした中で選ばれるには、まずお客様に認知してもらい、豊富な実績を通じて「この会社なら任せられる」という安心感を与えることが不可欠です。そのためには、単なる会社紹介ではない、**お客様の課題解決に寄り添う姿勢を明確に打ち出すソリューションサイト**（マーケティングサイト）が有効な一手となります。実際に、大久保産業では徳島県を商圈とし、徳島県内のお客様がアクセスしやすい構造のソリューションサイトを活用することで、**月に2〜3件程度の新規案件**を継続的に獲得しています。



出典:徳島 工場 修理・メンテナンス.com
<https://japan-factory-repair-and-maintenance.com/tokushima/>

② 民間特有のアフターメンテナンスを受注する顧客行動解析

入札が中心の公共工事とは異なり、民間工事で継続的に受注するには、顧客との**長期的な信頼関係の構築**が必要不可欠です。マーケティングオートメーションは、その関係づくりを効率化し、新たなビジネスチャンスを創出するために極めて有効です。例えば、工事完了後のお客様に対し、定期的にメンテナンス情報や関連する法改正、省エネ補助金の案内などを自動配信します。これにより、お客様の事業に寄り添うパートナーとして自社を記憶させ、いざという時のアフターメンテナンスのご相談を自然に引き寄せます。さらに、そのお客様が次にどんな工事（例:BCP対策、自動化・省人化）に関心があるかをWebサイトの閲覧履歴から検知し、営業担当者へ共有。**潜在的なニーズが顕在化する前に、先回りした提案**で別の新たな工事案件の受注へと繋げることが可能になるのです。



民間企業の開拓方法は詳しくセミナーでお伝えします

