

軽自動車専門店への変革は意外と簡単でした

中古車販売収益UP セミナー

那須塩原市の車屋が**営業3名**で総粗利

年間 **6,100万円** → **1億2,487万円** を実現
たったの2年で

遅ればせながら 軽自動車に特化し
中古車販売収益が簡単に倍増！

本音を言うと、
私もビックリしました。
軽自動車ってこんなに
売れるんだ…！



有限会社しのぶや
取締役 小林 令於氏

人・設備・在庫・店舗を全てを増やさずに

当日学べること

- ①中古車販売でハード面に積極的投資をせずに**収益、販売台数を伸ばした仕組みと手法**
- ②営業1人当たりの**利益450万円を達成できる、仕組・方法**
- ③在庫回転率50%以上、常に高回転を実現させるための**商品仕入れの手法・考え方**
- ④他社成功事例を圧倒的スピード感で**自社に合った形で再構築する手法**

中古車販売業績アップセミナー

お問い合わせNo. S132436

サステナブルスクウェアをもっと。
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

お申込みはこちら



中古車販売業績アップセミナー

お問い合わせNo. S132436

講座	セミナー内容
第1講座	最新業界動向と好調企業の特徴 ■中古車業界の現状を徹底分析し、勝ち組企業が実践する戦略を明らかにします。 ■中古車販売で業績を伸ばすために重要となる指標を紹介します。 ■具体的なデータと事例を基に、明日から自社で実践できる成長戦略を解説します。 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 リーダー 長瀬 隆成
第2講座	ゲスト企業徹底解剖！販売台数、収益が増加を実現した成功事例解説講座 今回のゲスト講師である有限会社しのぶやがどのように販売部門を改善し、経営の安定化を図ったのか、実際に取り組んだ具体的な方法をご紹介します。 ■在庫台数が変わらずとも、在庫回転率改善で47%、年間販売台数490台以上を達成している取り組みを紹介いたします。 ■営業1人当たりの生産性375万円以上を達成するための具体的手法や、営業スタッフの習慣を紹介いたします。 ■商品分析を徹底、売れる車の仕入れをおこなうことで販売台数を伸ばした手法を紹介いたします。 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 リーダー 長瀬 隆成 有限会社しのぶや 取締役 小林 令於氏
第3講座	【ゲスト講座】中古車販売店が絶対にやるべき、販売部門を強くする方法 たった1年で販売台数141%、総粗利182%を達成することができたゲスト企業 有限会社しのぶやの小林令於氏をお招きし、経営ノウハウを語っていただきます。 ■在庫台数100台、月間平均販売台数47台、足元商圈7万人でも軽自動車の専門店特化をおこなうことで回転率47%を実現。 ■販売拠点の店長や板金塗装工場の工場長としての人員マネジメント。 ■自社HPに広告宣伝費を投資、集客方法の多様化を実現。 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 和泉 とも子
第4講座	明日から実践していただきたいこと 本日のセミナーの内容を明日から実践していただくために実施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 10月23日 木 【開催時間】 10:00~12:30 (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 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。

※諸事情により、やむを得ず会場を変更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。

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/132436 船井総研ホームページ (https://www.funaisoken.co.jp) に右上検索窓に「132436」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。



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。)→ **132436**



地域一番中古車販売店をインタビュー

有限会社しのぶや 取締役聞く

（有限会社しのぶや 小林令於氏 ※以下、小林氏）
 ありがたいことに多くのお客様にご利用いただいています。その要因は、どのようにしたらお客様がもっと喜ぶだろうかということを考えています。はじめは「目の前のお客様が車を購入する際のベストな方法ってなんだろう」と考えていたのですが、最終的に「そもそも車そのものの価値ってなんだろう」「お客様の満足と会社の利益のベストなポジションはどこなんだろう」と考えるようになりました。その結果として、仕入れてきた車両に、ただ自分たちが乗せたい利益を乗せて販売するという従来の方法ではなく、自

（船井総合研究所※以下、船井）
 素晴らしい業績の伸びですが、この業績の伸びは何が最大の要因でしょうか？

動車の価格のファジーな部分を全て無くして、お手頃な価格でお客様に提供するように変更しました。例えば、同じ品質の車であってもお店によって50万円で乗りだせる場合もあれば、30万円の場合もあって、お客様目線で中身が見えず、曖昧なままになっている部分がこの業界には多いです。整備でも「仲いいからここまでキレイに整備してあげる」などあるかと思えます。なので、車両本体では粗利がでない「車そのものの価値」に近い価格に設定し、アフターサービスなど、自社で提供できる自動車そのものの以外の価値をメンテナンスバックなど付帯品に落とし込み、必要な分だけお客様に選んでいただく形になっています。

（小林氏）実はうちの会社は、以前からずっとお客様ファーストを掲げていて、会社理念も「お客様の喜びと私達の喜びそして社会に資することの一致を追求します」となっています。ただし、ただお客様だけが喜ぶ「お客様ファースト」ではなく、お客様もしのぶやも喜べるベストなポジションを探し続けています。実際、私がまだ営業担当をしていたころは台当たり粗利が7万円しかなく、一人で月に40台販売しても、ふたを開けたら4百万円以下くらいしか儲かっていなくて、かなりシロツクを受けた時もありま

（船井）お客様ファーストと なったきっかけにはどのような理由があるのでしょうか？

組みが作れたことこそが、今の業績の伸びの最大の要因ではないでしょうか。

伸びていない車販売をこのまま「失敗」させたくない方へ

年間販売台数は**600**台！
 営業一人当たり生産性**3,468**万円！
 お客様が集まる**地域1番**中古車販売店

有限会社しのぶやのご紹介

有限会社しのぶやは創業35年、年商21億円、従業員数60名を誇るトータルカーライフサポート企業です。

総合年表

平成2年 創業
 平成19年 株式会社しのぶや物流設立
 平成22年 しnoぶや黒磯店を出店
 平成23年 指定自動車整備工場の取得
 令和1年 サテライトしのぶや鍋掛店出店
 しnoぶやバントラ店出店

令和2年 しnoぶや郡山店を出店
 令和4年 しnoぶやBP工房（大型車工場）建設
 サテライトしのぶや鍋掛店、しのぶや郡山店をしのぶや黒磯店に集約

有限会社しのぶやのここがスゴイ！

車販売上高

2023年 **5.19**億円
 2025年 **7.57**億円

車販総粗利

2023年 **0.77**億円
 2025年 **1.06**億円

販売台数

2023年 **312**台
 2025年 **600**台

生産性

2023年 **1,746**万円
 2025年 **3,468**万円

した（笑）。ただ「なぜかた
くさん売れるな」という実感
はあったので、私自身もうち
の会社にも利益が出て、お客
様も喜べるポジションを探す
ようになりました。今は以前
よりお客様のうちの会社のベ
ストなポジションに近づけて
いると思いますし、うちを利
用したことがないお客様が、
価格という、自社の提供する
価値を魅力に思っただけで来
場してくださるのはとても嬉し
く思っています。

**（船井）実際に現場で変化さ
せたことは何ですか？**

（小林氏） 長期在庫を防ぐた
めに、日数でしっかり管理した
ことです。仕入メンバーが損切
りできず、反響が取れない車両
を仕入れてしまつことも多かつ
たですが、長期在庫を日数で管
理するようになったことで段々
と長期在庫の課題は解決され

きました。地元の先輩から在庫
回転率が30%なら上々だと聞
いていたので、在庫百台を3カ
月で、「お客様に還元する」と
考えて、価格を下げてでも在庫
を販売するように変更してい
きました。そのように販売を進
める中で、お客様が求める在庫
の分析が段々できるようにな
ったことも変化したことの中
では、大きいと考えています。

**（船井）仕入で意識してい
ることは何ですか？**

（小林氏） 「この金額で乗り
だせることに、お客様が感動
するよね」という価格で販売
できる車両が仕入れられるよ
うにしています。具体的には、
栃木県、関東だけでなく、全
国で見ても最安値になること
を大切にしています。実際の
流れは、これ言ったらマネさ
れちゃうかもですけど、ベン
チマークさせていただいてい

る、総在庫が百五十台程度の
いくつかの中古車販売店様の
掲載価格を確認して、それと
比較して安い価格で掲載でき
る車両を仕入れて、値付けし
ています。

**（船井）低価格帯の軽自動車
専門店でありながら、利益が
でている要因は何ですか？**

（小林氏） 車両粗利はほとん
ど取れていないので、お客様
にしっかり付帯品の価値をお
伝えして、「乗って終わりでな
く、4年、6年と乗るなかで
出る費用をウチでお得にし
ませんか」というご提案をし
ていることが重要だと思っ
ています。やっぱり長くお
付き合ひさせていただきたい
ので、そのサポートができる
商品が付帯品として用意し
て、お客様が必要だと感じ
たら購入していただいます。
ですので、遠方のお客様が
来場された際、自社ではサ
ポートしづら

いとなつても商談を断ることは
なく、お客様にとって必要か
どうかを重視しています。

**（船井）実際に小林令於氏が
見てきた中で上手いこと
戦略や施策について教えて
ください。**

（小林氏） 現場の育成という
面では、営業に私のトーク
内容や意識していることを徹
底的に伝えたことが大きい
と感じています。また、掲
載価格を徹底的に下げる
「全車目玉車戦略」をと
ったことで、誰が見ても
お得という演出をしたこ
とは良かったと思っています。
全ての在庫車両を目玉車
価格としてから、自社サイ
トやポータルサイトでの
閲覧数も増えました。お
客様もポータルサイ
トなどで1台N・BOX
を見たとき「安いな
これ」と思ったあと、他
のワゴンR、スパー
シアも見て

「この会社、また安いな」と
思っただけで、
「しのぶやは本
当に安いんだ」と
実感を持って来
場してくださっ
ています。うち
は整備、部品の
販売から陸送、
解体まで全て
自社で対応でき
るので、低価格
というサービ
スを、より高品
質でお客様に
提供できていま
す。

**（船井）小林令於氏が、従業
員のマネジメントで意識し
ていることについて教えて
ください。**

（小林氏） どんなに小さいこ
とであっても、言
語化して仕組
に落とし込むこ
とで「言った言
わない」を無く
すことを特に
重要視してい
ます。例えば
ですが、「会社
のパソコンの
デスクトップ
にファイル
を2つ以上増
やすときは、
店長確認」と
いうくらい、
細かく仕組
み化したいで
す（笑）。仕組

化しないと、無駄な業務が増
えてしまつたり、マネジメン
ト側の管理工数も増えてしま
うと考えています。もちろん
必要な作業もたくさんあり
ますが、それも工数を減らす
ため、管理しやすくするため
の仕組みを多くしています。
また、仕組みを決めた後は、
その範囲内では裁量を任せ
ています。私と営業3名で、
部門長がいなくてから、ルー
ルの範囲内で社員に対しても
権限を譲渡するように意識し
ています。

**（船井）船井総合研究所と関
わって変わったところは
何ですか？**

（小林氏） 正直、井の中の蛙
だったことに気が付かされま
した。船井総合研究所と関
わる前は、百八十台の解体車
として仕入れた在庫車から
月に40台くらい売って、「自

分つてすごいな」と自信をも
っていたんですが、船井総
合研究所が主宰する研究会
で他社と直近の実績など情
報を交換し、他社の実績を
伺った際に、衝撃を受けまし
た。それからは、「今の資金
力、メンバーでどう他社に
追いつけるか」を考えるよ
うになりました。そのような
考え方に変わったことが、
経営に関わったことに大き
な変化がありました。当時
は、全国の低価格帯の軽中
古車専門店の中でも、モデ
ル店となつていた3社に「
早く追いつきたい」という
気持ちが強かったと思いま
す。

**（船井）最後に、これを読
んでいる皆様にメッセージ
をお願いします。**

（小林氏） うちもやっと個人
商店から「車屋さん」にな
りつつあると感じています。
そして、ここからは「車屋
さん」



から「企業」になつていく
フェーズだと感じています
ので、周りの方々からのご
指摘、アドバイスを全て金
脈だと捉えて、成長に繋が
っていきたく思っています。
それからもうよろしくお
願いいたします。

“今”車屋は売りづらい、儲からない・・・そう思っている中古車販売業界必見

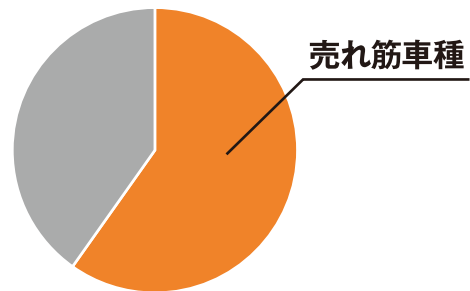
中古車販売店の**売上と収益**を改善するためのポイント

商品分析を徹底、売れる車の仕入れを強化することで**回転率47%**

従来の“なんとなく”今まで売れている車両を仕入れることを辞め、具体的な過去の販売データや業界動向に基づいた分析により、売れる車両を仕入れることが成功のカギでした。

そのため、今までは**毎月どの程度売れるか想定がしづらく、販売台数に波ができて長期在庫も増えやすい**状態になっていました。

しかし、今では、車種・価格帯など複数軸の分析や、競合他社と比較しながら、売れる車両の在庫構成比が高くなるように、仕入車両や在庫全体の構成を、頻度高く最適化していくことで、在庫台数が以前と変わらないまま、販売台数を2023年と比較して192%まで増加することでき、常にお客様が欲しいと思える在庫を揃えることができています。



営業ツールによる**付帯品提案の仕組化**

営業担当者が、自分たちのノウハウで提案する体制から、**POPなど提案ツールを整え、誰もが同じ提案をできる**ようにしたことによって、低価格帯の軽中古車販売店であっても、車両粗利がほとんどなしに、台当たり粗利約17万円を安定して獲得できるようになりました。

誰もが同じ提案をできるツールを整えて、トークスクリプトなど、そのツールを用いた提案内容を仕組化していくことで、新入社員であっても同じクオリティの提案をすることができ、お客様に納得したうえで、お車や付帯品を購入していただいています。

実際に昨年、未経験で入社したスタッフも、既に成約率75%、年間粗利3,453万と大活躍しています。

メンテパック	
①次回車検基本料金無料	④〇〇交換二回分無料
②車検後〇カ月点検	⑤〇〇工賃無料
③〇〇交換無料	⑥~~~~~

これだけついて、定価〇.〇〇万円のところ、**〇.〇〇万円!!**

自社HPへの広告宣伝費の積極投資による、**集客方法の多様化**

大手中古車販売店と“価格勝負”になってしまうポータルサイトに依存した集客方法から、**自社HPを始めとした複数のメディアを用いた販促を強化することで、コストパフォーマンスが良い状態で、集客数を最大化**させることができました。

Web上の掲載台数を常に最大化した上で、広告宣伝費に自社HPに積極投資したことによって、競合他社と比べ、地域での認知度が向上しています。

それによって、商圈内外の新規のお客様に自社を知っていただき、実際に店舗に足を運んでいただけています。

また、写真撮影や車両掲載など、会社全体で、集客の最大化に取り組めていることも成功には重要でした。

時流の集客手法	
従来の集客手法	自社HP
	ポータルサイト
	チラシ
	SNS
時流の集客手法	のぼり
	立て看板

徹底的な言語化・仕組化による育成・マネジメント

POPなど提案ツールを整えるなどの商談方法の仕組化だけでなく、日々の業務の中で、**どんなに小さいことであっても、言語化して仕組みに落とし込む**ことをマネジメントのなかで特に重要視しています。

従業員の育成という面では、トーク内容だけでなく、マインドセットも細かく言語化して伝えましたし、日々の業務では、業務内容を細かく仕組みに落とし込むことで、現場の従業員目線でも完結でわかりやすく、マネジメント層目線でも管理工数がかからない状況を作ることができました。

従来の
育成手法

- ①やるべきことが具体的にない
- ②業務が属人化しており、新人が真似づらい
- ・・・営業が即戦力化できない環境

時流の
育成手法

- ①やるべきことが言語化されてわかりやすい
- ②業務が仕組化され、誰でも実施できる
- ・・・営業が即戦力化されやすい環境

最後に **中古車販売業績アップセミナー**のご紹介

本セミナーは、中古車販売店の業績向上、経営の安定化を目的としております。成熟期から衰退期を迎えている中古車販売事業は、“**100年に一度の大変革期**”に突入しており、生産性の向上と、**生産性向上に向けての更なる仕組化**が、今までより一層重要度を増しています。今回は、そんな大変革期の中においても高い売上成長率と生産性を誇る有限会社しのぶやの取り組みをお伝えすることで、皆様の業績向上に少しでも寄与できればと考えております。

是非、経営者の方だけでなく、幹部陣の方も一緒にご参加ください。

株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 リーダー **長瀬 隆成**

