

[2026年版] 戸建リノベ集客事例100連発セミナー

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。

2026年 1月 26日・27日・28日・29日

10:00～12:00 (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。

講座内容
&
スケジュール

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。

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。

講座

第一講座

データが語る! 戸建リノベ市場の「勝ち組」と「負け組」を分ける 集客戦略の未来予測

競合が増え、法改正が行われ、集客の常識が通用しなくなったリノベ市場。本講座では、市場データと過去の成功事例分析に基づき、「高利益率」を維持している企業が2026年にどこにリソースを集中させるかを予測します。チラシ・Web・紹介の予算配分比率など、具体的な数字を示しながら、集客を「コスト」ではなく「投資」に変える戦略的思考法を解説します。

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

即効性抜群! 赤字を黒字に変えた 「戸建リノベ集客成功事例100選」大公開

どんな集客が本当に効果があるのか?Web、SNS、チラシ、紹介、異業種連携など、地域や規模の異なる住宅・リフォーム会社が実際に成果を上げた集客成功事例を100パターンに凝縮してご紹介。抽象論ではなく、予算、手間、成果を数値で比較し、「自社ならどれをやるべきか」が即座にわかるよう解説します。

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 味園 健治

明日から実践! 「客単価2,000万円」大規模リフォーム客を 毎月安定的に集客を続けるための集客ロードマップ

時流予測と100の集客事例を踏まえ、「自社が明日から何を実行すべきか」に焦点を当てます。この講座では、成功パターンを自社の状況に合わせるための具体的な計画立案手順を解説。参加者限定で、集客の仕組みを構築するためのチェックリストと、最初の3ステップをプレゼントします。

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

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。
※お申込みに関するよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索して確認ください。

[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/136378>



なぜ、あなたの会社では リノベ集客がうまくいかないのか

リノベ 100 成功事例 手法連発 集客術

客単価2,000万円以上の大規模リフォーム集客が
毎月安定的にできるようになる!

オンライン
開催

2026年 1月 26日・27日・28日・29日

10:00～12:00 (ログイン開始：開始時刻30分前～)

[2026年版]戸建リノベ集客事例100連発セミナー

お問い合わせNo. S136378

主催
Funai Soken
サステナグロースカンパニーをもっと。
株式会社船井総合研究所

〒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

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]右上検索マークから『お問い合わせNo.』を入力ください。

セミナー
情報を
スマホで!



136378

客単価2,000万円以上の高額リフォーム客を集めるヒントと事例が必ず手に入る!

リノベ集客術100

成功事例
手法連発
2026年版
リノベ集客

完成見学会チラシ・構造見学会チラシ編

原則① データで押さえるリノベ集客の繁忙期と閑散期



原則② リノベ集客最大化のためのWebと紙広告の費用割合

原則③ 大規模リフォーム客を集め続ける専門サイトづくりのポイント

原則④ 全国の契約者分析で分かった戸建リノベターゲット像

原則⑤ お客様を決めて決めるリノベモデルハウスづくりの成功要因

原則⑥ コンスタントに集客をつづけるWebマーケ集客の原則

原則⑦ 認知度と反響率を高める屋号とロゴデザインの決め方

原則⑧ 新築価格上昇と戸建リノベ集客の関係性

原則⑨ 認知客を増やすためのSNSマーケティングの基本

原則⑩ 見込み客を集める構造見学会イベントの考え方

完成見学会チラシ① 当たるターゲット訴求法<ビフォア外観訴求編>



完成見学会チラシ② 費用対効果を高めるエリアと配布枚数の考え方

完成見学会チラシ③ リノベ客層別ターゲット訴求法

完成見学会チラシ④ リノベ客層をひろげる各種相談会訴求法

完成見学会チラシ⑤ 地図は集客の命綱、確実に押さるべき地図作成の基本

完成見学会チラシ⑥ 来場意欲を高めるビフォアアフター図面の掲載法

完成見学会チラシ⑦ 2,000万円予算帯の集客数を倍増させる2週連続企画の仕掛け方

完成見学会チラシ⑧ 集客数を倍増させる複数現場見学会の仕掛け方



構造見学会チラシ① リノベ構造見学会広告の当たるコピーのつくり方

構造見学会チラシ② 集客力を高めるリノベ構造見学会写真の選び方

構造見学会チラシ③ リノベ構造見学だから使える限定訴求法

構造見学会チラシ④ 2棟同時開催で集客数と見込み客数を確保

構造見学会チラシ⑤ リノベ構造見学会ならではの来場メリット訴求で集客する

構造見学会チラシ⑥ 最新!リノベ構造見学会チラシヒット事例

構造見学会チラシ⑦ リノベ構造見学会フリーぺーパー広告ヒット事例

プレオープン・モデルハウスチラシ・モデルハウス開発編

プレオープン① 怪しまれないためのドアコールトーク術

プレオープン② 近隣来場客を確実に集める抽選会イベントの仕掛け方

プレオープン③ 来場ハードルを下げるあいさつ状のつくり方

プレオープン④ 50組以上の近隣客を集めるプレオープンチラシの作り方

プレオープン⑤ オープンイベントで見込み客を増やすイベントの考え方

モデルハウスチラシ① モデルハウスチラシを当てるコピーのつくり方・考え方

モデルハウスチラシ② 集客力を倍増させるチラシレイアウトの考え方

モデルハウスチラシ③ 受注単価を上げる建物写真の選び方

モデルハウスチラシ④ リノベターゲット層を確実に集めるコンテンツ紹介

モデルハウスチラシ⑤ 事前予約を増やすための来場予約告知法

モデルハウスチラシ⑥ 地域一番店を知らしめる地域一番訴求コピー

モデルハウスチラシ⑦ 行列をつくるための繁盛感演出法

モデルハウスチラシ⑧ 集客数1.2倍!当たる集客ツック事例

モデルハウスチラシ⑨ 売却前の集客で盛り上げる!当たるファイナルチラシのつくり方

モデルハウスチラシ⑩ 新築モデルハウスを活用したリノベ集客イベント

モデルハウス開発① 集まるモデルハウスをつくるための立地の選び方

モデルハウス開発② リノベ受注ができるための建物の選び方

モデルハウス開発③ 契約率を高めるリノベーションのポイント

モデルハウス開発④ リノベモデルハウス看板づくりの基本

モデルハウス開発⑤ 集客力を高めるユニーク看板

モデルハウス開発⑥ リノベモデルハウスのぼりづくりの基本

その他① 集客数が1.2倍になる時間帯チラシ集客法

その他② 初期面談アポ率60%超を実現する勉強会誘導トーク術

その他③ 見込み客づくりのための施工現場近隣アプローチ法

その他④ これで契約率アップ!リノベバスツアー見学イベント



Web・外部会場イベント・プランディング・紹介編

WEBクリエイティブ① これがリノベ相談客をダイレクトにあつめるクリエイティブ



WEBクリエイティブ② 高額リフォーム客をコンスタントにあつめる建築士広告

WEBクリエイティブ③ 当たるモデルハウスクリエイティブ広告の作り方

WEBクリエイティブ④ 建替え客もリフォーム客もあつめるクリエイティブ広告事例

WEBクリエイティブ⑤ RC造など特殊家屋の見込み客をあつめたクリエイティブ広告事例

WEBクリエイティブ⑥ 確実に見込み客を集める構造見学会クリエイティブ広告事例

WEBクリエイティブ⑦ コンスタントに見込み客を集め続けるWebイベント企画

WEBクリエイティブ⑧ リノベ見学会クリエイティブ広告事例

WEBクリエイティブ⑨ 資料請求を獲得するクリエイティブ広告事例

外部会場イベント① リノベ集客を左右するイベント会場の選び方

外部会場イベント② 戸建リノベ客を集めるチラシづくりのポイント

外部会場イベント③ 集客数を最大化する60日間集客プロジェクト

外部会場イベント④ 集客数を最大化するリノベイベント企画は、これだ!

外部会場イベント⑤ 絶対はずせないフェア型広告づくりのポイント



バスラッピング 認知度アップのためのバスラッピング広告

社用車ラッピング 社用車ラッピングで会社の認知度を高める!

映画館広告 ターゲット層を狙ったシネアドマーケティングの実践

地域貢献 地域に愛される会社になるためのスポンサー取り組み

YouTube 登録者数3万人超の社長が取り組むYouTubeチャンネル

口コミ 立ち上げ一年で口コミ100件を獲得した口コミ依頼法

感謝祭 定期的なつながりと他社との差別化につなげるOB感謝祭

紹介① 知人紹介も可能な公式アプリの取り組み

紹介② 紹介を生み出すインスタンバサダーの取り組み

紹介③ 一人から複数人の紹介を生み出す紹介システム

紹介④ 社内と取引業者編向け紹介キャンペーンの取り組み例

本セミナーに限り、実際にヒットした集客手法と事例から厳選した100例を一挙公開します。