

エクステリア・リフォーム業界向け

勘の鋭い人は
密かに気づき始めている？

実は
伸びている・売れている

フェンス 門扉

既存人員で1拠点
+2億円を
作るための大ヒント

防犯・目隠し・法人の高付加価値ニーズが急増中!

既存のやり方では激化する価格競争での利益減少、
深刻な職人不足と人件費高騰、ポータルサイト・元請け依存の集客難。
この「三重苦」からの脱却をする「商品特化」、という新発想とは？

「何でも屋」脱却！フェンス・門扉特化で売上+2億をつくる方法

お問い合わせNo. S139424

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 〒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。)

139424



エクステリア・リフォーム業界に 2026年…フェンス・門扉という “仮説”が見えてきた

株式会社船井総合研究所 住宅・リフォーム支援部
マネージング・ディレクター 日野信

少し長くなりますが、大事なお話ですので最後までお目を通してください。

2025年の一年間、私たちはエクステリア業界の会社さんに、
何十社もお時間をいただき、実際の現場の話を聞かせてもらいました。

会社の大きさも、地域も、人数もバラバラです。
それなのに、不思議なくらい、話の着地点は同じでした。

正直に言うと・・・

「みなさん、本当に一生懸命やっている」
という印象しかありません。

楽をしている人はいない。
むしろ、工夫して、考えて、手を動かしている。

それなのに…です。

話の途中で必ず出てくるのは、
こんな言葉でした。

「値段が合わない仕事ばかりになってきた」
「前より忙しいのに、利益が残らない」
「職人が見つからない」
「人件費だけが先に上がっていく」
「集客はポータル頼みで、相見積もりばかり」

どれか一つなら、まだ何とかなるかもしれません。

でも実際は、

これが全部、同時に起きている。

だから、

どこから手をつけていいかわからない。

気づいたら、

一番しんどい思いをしているのが社長本人、という状態になっています。

これはもう、

「その会社が悪い」という話ではない。

業界の戦い方そのものが、限界にきている

そう感じました。

そんな話を聞き続ける中で、

一つ、はっきりしてきたことがあります。

「じゃあ、今いちばん堅く売れているものは何なのか」

この質問をすると、

ほぼ同じ答えが返ってきました。

それが・・・

フェンス・門扉 です。

正直、派手ではありません。
展示場でも、主役になりにくい。

でも、
防犯。境界。プライバシー。

この3つが理由になる工事は、

「やらない」という選択ができません。

共働きが増えて、家を空ける時間が長くなり、
「外から見られたくない」
「留守中が心配」

こういう感覚は、
年々、強くなっています。

しかも今の現役世代は、
庭や外構の手入れに時間をかけたくない。

だから、
人工木。
アルミ。

放っておいても大丈夫な商品が、
当たり前にも選ばれるようになりました。

そこに、
アルミ製品の値上げが、
一度きりではなく、断続的に重なっています。

その結果、
「いつかやろう」ではなく、
「今のうちにやっておこう」
というお客様が、
静かに、でも確実に増えています。

さらに法人の仕事を見ると、
この傾向はもっとわかりやすいです。

集合住宅。
工場。
事務所。

こうした建物にとって、フェンス・門扉は
削りにくい支出です。

防犯や資産価値を考えると、
後回しにしづらい。

こうした需要が積み重なって、
ある一定の市場規模が見込まれるようです。

それだけ大きな市場なのに、

「フェンス・門扉専門店です」

と名乗って、本気で取りに行っている会社は、
驚くほど少ない。

つまり今も、

フェンス・門扉という市場は
誰のものにもなっていない状態
で残っている、ということです。

ここまでの文章を書いている中で、
コロナ前のある出来事を思い出しました。

知人の紹介で出会った、
社長お一人で、
1事業所あたり年商5億円を売っている会社です。

「なぜそんなに回るんですか？」
と聞いたとき、
その社長は、少し笑いながら、こう言いました。

**「企業向けのフェンスばかりやってるからね。
施工は楽だし、
外にも投げられるし、
企業って、リピートくれるでしょ」**

当時は、何気ない一言に聞こえました。

でも今振り返ると、

ぞっとするくらい、本質を突いている

そう感じます。

BtoCだけでなく

BtoBまで扱えるようになると、

同じエリアの中で、

仕事が自然に回り始めます。

遠くへ行く必要もない。

無理な出店もいらない。

ただ、

やるか、やらないか。

それだけで、

数年後の数字は

まったく違うものになります。

このセミナーでは、

「なぜ今、フェンス・門扉なのか」

「なぜ専門化すると、相見積もりが減るのか」

その仕組みを、順番に整理します。

そして、新しいことを始める、といっても、

大きな投資は必要ありません。

特別な技術もいりません。

そして、無理に背中を押す場ではありません。

ただ、

これから数年の経営を考えるうえで、
一度、材料を並べてみる。

そのための時間だと、

思っただけであれば十分です。

株式会社船井総合研究所

住宅・リフォーム支援部 マネージング・ディレクター

日野 信

<追伸①>

セミナーにご参加いただいた方には、
商圏に限定した

フェンス・門扉市場

ポテンシャル診断レポートをお渡しします。

感覚的に

「この辺、まだいけそうだな」

と思っていたものを、

数字で見ると、

思っていた以上に

余地があることに気づくケースがほとんどです。

逆に、

「ここはもう薄いな」

という判断も、

早めにつけられる。

やる・やらないを決めるための材料として、

一度、手元に置いていただければ十分です。



<追伸②>

正直に言うと、

Webの出し方と、

チラシの撒き方については、

「こうやれば勝ちやすい」という形が、

すでに頭の中にあります。

もちろん、

全社に同じやり方が合うとは思っていません。

ただ、多少チャレンジではあっても、

「どうせなら、世の中で一番早く試してみたい」

という会社があれば、

膝を突き合わせて、個別で話をしてみたい、

という気持ちはあります。

「この見せ方なら、人は動くんだな」

という感覚を、共有してもらえれば

十分でございます。

「何でも屋」脱却！フェンス・門扉特化で売上+2億をつくる方法

■ 講座

■ フェンス・門扉専門業態で粗利を伸ばす戦略を大公開

第1講座

なぜ今「門扉・フェンス」が狙い目なのか。
専門店ポジションの取り方、価格決定権を握る考え方を体系的に解説します。

株式会社船井総合研究所 住宅・リフォーム支援部
マネージング・ディレクター 日野信



■ 3ヶ月で反響を出す立ち上げ実行ロードマップ

第2講座

自己流は不要。船井総合研究所が検証したチラシ・Web・提案書を使い、初月から反響を出すための具体的ステップを公開。市場調査から集客、成約、KPI管理までを「そのまま使える形」でお伝えします。

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 矢川魁人



開催日時

オンライン

2026年4月20日（月）4月21日（火）4月22日（水）

※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。

13:00～15:00（ログイン開始：開始時刻30分前～）

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がございます

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。

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/139424>

船井総研ホームページ（<https://www.funaisoken.co.jp>）に
右上検索窓に「139424」をご入力し検索ください。



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。