

新車販売店向け既存顧客から売上拡大セミナー

講座	セミナー内容
第1講座	カーリース業界の動向と今後取るべき戦略 成熟期を迎えている個人向けカーリース業界の動向と中小企業が取り組むべき新車リース事業の成長戦略についてお伝えします。 【内容①】カーリース業界の動向 【内容②】大手販売店と差別化するために取り組むこと 【内容③】生産性を高めるために必要なこと 【内容④】新車リース事業を拡大するために実施すべきこと 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 リーダー 遠藤 圭太
第2講座	特別ゲスト講座 既存名簿を活用した代替獲得・紹介獲得に注力しているゲスト企業にご登壇いただき、業績アップのポイントをお話しいたします。 【内容①】既存名簿を活用して車両販売につなげるポイント 【内容②】満了時のリース乗換の誘導方法のポイント 【内容③】顧客満足度アップの秘訣と紹介獲得の方法 株式会社オートコミュニケーションズ 取締役営業本部長 須田 毅氏 株式会社オートコミュニケーションズ 本部長 芹口 敦守氏 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
第3講座	ゲスト企業が実践する取り組みと最新成功事例 ゲスト企業が実践する成功事例を中心に新車リース販売の成功事例をお伝えいたします。 【内容①】既存顧客からの紹介案件の獲得方法 【内容②】リース顧客への乗換誘導の成功事例 【内容③】入庫時の代替提案から販売につなげる方法 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 チーフコンサルタント 尾島 光平
第4講座	経営者が今決断すべきこと セミナーを聞くだけでなく、聞いた内容を実践することが重要です。実践するために必要な考え方や業績を伸ばしていくための取り組み方法をお伝えします。 【内容①】成長し続ける企業の経営者になるための秘訣 【内容②】経営における師と友を見つけるために実施すべきこと 【内容③】明日から実践するための行動計画作成方法 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 2026年5月28日(木) 【開催時間】 14:00~17:00 (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 30,000円 (税込 33,000円) / 一名様 会員価格 税抜 24,000円 (税込 26,400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する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/140395 船井総研ホームページ(https://www.funaisoken.co.jp)の右上検索マークから「140395」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。



新規客が来ないと嘆くのはもう終わりにしませんか?

広告不要!

既存顧客の“代替・紹介”だけで
年間 500台 **オーバー** **販売**
 新規集客に頼らずに売り上げを伸ばす方法

現場の『真髄』を徹底解説!



代替・紹介だけで
 全体の**7割**を占める



5カ年計画で
 成長速度**アップ**



分業制で
 提案品質**アップ**

月々1万円から乗れる **フラット7** 直営店が実践!
勝ち続ける仕組み
 成果を上げる秘訣は裏面へ!

特別ゲスト講師
 株式会社オートコミュニケーションズ 取締役営業本部長 須田 毅氏
 株式会社オートコミュニケーションズ 本部長 芹口 敦守氏

主催 新車販売店向け既存顧客から売上拡大セミナー



サステナ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

お問い合わせNo. S140395



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。) → **140395**

Q.新車リースのブームはもう終わった？

A.いいえ、まだまだ伸びています。

軽月々払い専門店会 2026年1月単店販売台数

店舗	2026年1月 販売台数	昨年対比
A店	30	300.0%
B店	17	130.8%
C店	16	160.0%
D店	14	140.0%
E店	13	185.7%
F店	12	200.0%
G店	12	200.0%
H店	12	150.0%
I店	8	160.0%
J店	5	250.0%

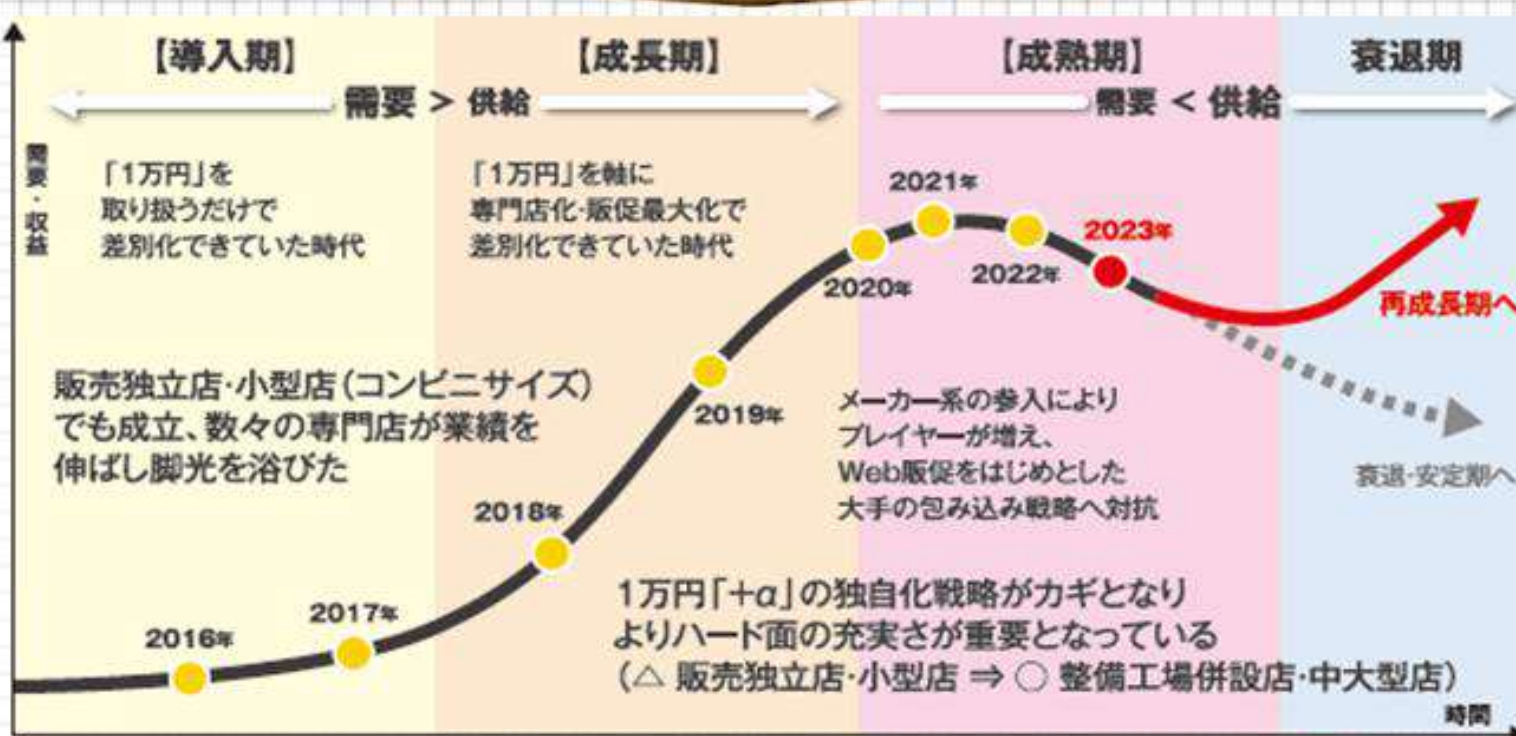
2026年1月～2月 単店リース販売台数前年比

2026年1月：108%

2026年2月：102%

※株式会社船井総合研究所
モビリティビジネス経営研究会
軽月々払い専門店会
会員実績（2026年1～2月）調べ 3月末時点

ただ、今までのやり方では売れません。



では、どうすれば売れるのか？

販売台数アップのカギは 既存客の代替・紹介獲得です！

株式会社オートコミュニケーションズ



販売台数の75%が
既存顧客の代替と紹介案件！

2025年実績	リース 販売台数
チラシ	15
Web	54
通りがかり	12
紹介	69
既存代替	230
その他	52
合計	380



1つでも当てはまると要注意！

自社の“**集客の足腰**”を測る チェックリスト

☑ チェックリスト ☑

- ☐ チラシやWeb広告の反響単価が年々上がり、新規集客の限界を感じている
- ☐ 整備入庫で来店した顧客への代替提案が現場の裁量任せになっている
- ☐ ベテラン営業が退職すると、メンテナンス入庫や代替が途切れてしまう
- ☐ 紹介を増やすための施策が特典（クーポンや紹介料）頼みになっている
- ☐ リース乗換サイクルの適切な代替タイミングを管理できていない

ゲスト企業のご紹介

Point
1

既存顧客の代替・紹介のみで
年間250台以上のリース販売を達成

2025年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
チラシ	0	3	1	1	2	2	0	1	1	3	0	1	15
Web	3	5	10	1	1	3	8	7	5	1	4	6	54
通りがかり	0	4	1	0	1	0	0	2	1	1	2	0	12
紹介	0	14	6	3	5	3	9	7	3	2	4	13	69
既存	0	31	23	13	19	25	21	23	30	17	10	18	230
その他	0	0	18	8	2	0	0	5	5	0	0	14	52
合計	3	57	41	18	28	33	38	40	40	24	20	38	380

Point
2

若手スタッフを夢に向けた5カ年計画で
成長スピードアップ

夢や目標のリスト化

中身計画

5ヶ月計画

年間計画/月間計画

週次計画/日次計画

毎日の行動計画に落とし込むことで計画通り進むようにサポート

Point
3

徹底した数値管理と分析を実施して
業績アップを実現している

項目	管理項目 ※一部
来場	①総来場数/②属性別来場数(新規・紹介・リピート)
成約	①総販売台数/②フラット7販売台数(新規/乗換)/ ③販売台数の内訳(リース/中古車/その他)/ ④成約率/⑤広告媒体別の販売台数(ポータルサイト/ホームページ)
付帯	①保証(件数/獲得率)/②ローン獲得率/③メンテナンスパック(件数/獲得率)/ ④保険(獲得件数/獲得率/契約保有数)/⑤下取り(台数/獲得率)
中古車	①在庫台数(軽自動車/普通車)/②長期在庫台数/③オークション出品成約数
リース乗換	①満了乗換/早期乗換(獲得件数/獲得率)
粗利	①車販粗利/②保険手数料/③解体粗利/④AA出品粗利

本セミナーで学べるポイント

POINT

1

広告費をかけずに販売台数を増やす方法



POINT

2

リースアップ中古車の具体的な活用方法



自社レンタカー・
代車活用

車検や修理時の代車、短期利用として活用し、車両稼働率と顧客満足度を向上



月額
サブスクリプション

初期費用を抑えた、短期～中期の新しいサブスクリプションを提案し、新たな代替需要を開拓



高付加価値
中古車販売

リース終了後も車両状態を厳選し、自社販売で高付加価値を提供、再販利益を最大化

POINT

3

伸びている新車リース販売店の共通点とは





SPECIAL INTERVIEW

取締役営業本部長 須田 毅 氏

聞き手：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
(以下：加藤)

なぜ「中古車販売」から「新車リース」に舵を切ったのか

加藤： 御社は2015年頃、それまで主流だった中古車販売から「リース一点突破」へと大きく舵を切られましたよね。その決断の背景には何があったのでしょうか。

須田氏： 一言で言えば、中古車モデルではLTV(顧客生涯価値)が最大化できないと痛感したからです。中古車は売って終わりになりがちで、その後の車検入庫率が低く、買い替えのタイミングも読めません。

加藤： 属人的な営業スタイルに頼らざるを得ない面もありますよね。

須田氏： そうなんです。特定の営業マンの人間関係に依存しているため、その人間が辞めれば顧客も離れてしまう。そんな脆弱な組織体制を打破し、一気通貫で顧客と繋がりが続けられる仕組みを探していた時、出会ったのがフラット7のリースという仕組みでした。

中古車は売るためでなく、集客の入り口

加藤： 現在、各拠点ではリースだけでなく、あえて中古車も並行して扱っています。これにはどのような意図があるのですか？

須田氏： 中古車を持つ圧倒的な集客力を活用するためです。現在は新車リース一点での集客だけでは、商流が細くなってしまう。そこで、まずは中古車をフックに多くのお客様にご来店いただき、商談の中でリースのメリットを伝えていくことを狙っています。

加藤： 入り口を広げ、最終的にリースの成約へ繋げるという戦略ですね。

須田氏： はい。あくまで目的は総販売台数の最大化です。中古車を見に来られたお客様にリースの経済合理性を提案し、納得していただく。この流れを確立することが、今の店舗展開の肝になっています。

紹介獲得を支えるのは特典ではなく期待値を超える行動

加藤： 熊本店などでは、紹介や代替による成約が7割近くに達していると伺いました。広告費に頼らない集客の秘訣は何でしょうか。

須田氏： 紹介を増やすために特別なクーポンを配るといった手法は、実はあまり意味がないと思っています。大切なのは、お客様の期待値をいかに超えるかという一点に尽きます。

加藤： 非常に本質的なお話ですね。紹介獲得や顧客維持を目指す際、多くの企業はどうしてもインセンティブやキャンペーンといった目先の「手法」に頼りがちですが、そうではなく、お客様一人ひとりの期待値をどう上回るかという「体験の質」そのものが重要だということですね。

須田氏： そうです。例えば、明日やる予定のことを今日終わらせる、あるいは100万円かかっていたコストを95万円で済ませる。そうした小さな驚きの積み重ねが「あそこはいいよ」という口コミを生みます。また、店全体を一つのコミュニティと捉え、複数のスタッフがお客様の顔と名前を覚え、深い関係性を築く。この地道な積み重ねが、結果として紹介を生む土壌になっています。

加藤： なるほど。テクニックではなく行動の質が重要だということですね。

須田氏： そうです。もう一点は、お店をユーザーの一つのコミュニティとして機能させることです。スタッフがお客様の顔と名前を覚えるのは当然として、お客様側にもお店のスタッフを複数人知ってもらう。単なる担当営業との関係ではなく、店全体との関係値が構築できれば、自ずと紹介は生まれます。さらに一步踏み込むなら、既存のコミュニティを物理的に押さえに行くことも有効です。例えば地域のサッカーチームやサークル、ジムといったコミュニティに入り込み、その責任者や部長と繋がること。時には差し入れを持っていくような地道な活動も含まれますが、そうやって地域コミュニティとの接点を厚くしていく。ここをきちんと作り上げるからこそ、紹介を生む最短ルートだと考えています。

リース事業の真の収益は7年後にやってくる

加藤： 須田さんはよくお話しされるなかで「リースの真価は7年後に現れる」とおっしゃっています。その優位性について詳しく教えてください。

須田氏： リースアップした車両が戻ってくるタイミングこそが、最大の収益源になります。自社でメンテナンスしてきた素性の分かっている良質な中古車を、仕入れコスト・広告コスト・営業コストをほぼゼロで再販できるわけですから。

加藤： オークションを通さず、ユーザーから直接仕入れる形になりますもんね。市場相場に左右されず、自社で管理してきた良質な車両をダイレクトに確保できる。これは一般的な中古車販売と比較して、確実に利益を残すために極めて優位性の高いポイントですね。

須田氏： はい。仕入れ値が市場相場を下回っている時点で、ビジネスとして負けることはありません。そのまま現金化してもいいし、レンタカーや中古車リースとして再活用して月額収益を得ることもできる。どう転んでも利益が出る、圧倒的な優位性を持ったモデルなんです。

加藤： 商品の品質についても、自社管理だからその強みがあるのではないですか。

須田氏： はい。その車が7年間どのようなメンテナンスを受けてきたか、いわゆる「素性」がすべて分かっています。品質の裏付けがある在庫を、仕入れコスト・広告コスト・営業コストほぼゼロで手にできるわけです。

加藤： 中古車として再販、AAで現金化など様々な選択肢がある中でリース満了を迎えて戻ってきた車両をどのように活用するのが最も収益性が高いのでしょうか。

須田氏： そこが面白いところで、状況に応じてどうにでも料理できるんです。即座に小売して現金化してもいいですし、それを自社のレンタルや中古車リースとして再稼働させ、毎月の安定した継続収入を得る形にしてもいい。出口戦略が多様で、かつどのルートを選んでも圧倒的な利益率を確保できる。この資産循環こそが、リース事業の真の収益源なんです。

地味な継続を積み上げることが最大の参入障壁

加藤： 最後に、今後の事業展望についてさらに詳しくお聞かせください。

須田氏： 経営の根幹として、「リースの保有件数は絶対に減らさない」ということを徹底します。その上で、現在50%前後であるリース顧客の満了時乗換率を、60%から70%へと引き上げていく。ここが大きな挑戦です。

加藤： リース顧客の満了時乗換率が20ポイント近く向上すれば、経営インパクトは計り知れませんね。

須田氏： おっしゃる通り、得られるLTV(顧客生涯価値)は劇的に変わります。リース契約が続く限り、車検やメンテナンスは半自動的に入庫し続けますから。この安定した基盤の上に、先ほどお話しした「中古車で集客し、リースで成約させる」という流れをさらに太くしていく。目的はあくまで「リース保有数の純増」です。

加藤： その戦略を支える最大の強みは何だとお考えですか。

須田氏： 結局のところ、こうした地味なルーチンを何年も変わらずに継続できるかどうかです。一見すると面白い話ではありませんが、この当たり前のことをやり続けられる組織やお店は、業界でも非常に少ないと感じています。

加藤： 継続すること自体が、他社には真似できない参入障壁になるということですね。

須田氏： はい。派手な新しい施策に飛びつくのではなく、仕組みを信じて、地味な改善を愚直に積み上げていく。その積み重ねの先にこそ、盤石な優位性が築かれると考えています。

加藤： ありがとうございました。
当日は地道に取り組みを継続する秘訣や仕組みなども詳しくお伺いできればと思います。

須田氏： ありがとうございました。

セミナーや研究会は師と友づくりの場!

本セミナー参加をご検討の皆様へ

まずは本DMをここまでお読みいただきありがとうございます。
この度、我々が特別セミナーを企画したのは「成長企業の法則」を理論ではなく生の声を直接学んでいただきたいという想いがあります。
普段のセミナーでは具体的な成功事例や輝かしい成長ストーリーを解説しておりますが、その裏側になる「生きた判断」や「戦略の変遷」「向き合ってきた苦難」こそが皆様の経営にとって最も価値のある情報だと確信しております。現在、弊社では300社を超える自動車販売店、整備工場の事業主様の経営をサポートしておりますが、今回はその中でもとくに「新車リース事業」で大きな成果を上げている全国トップクラスの企業をゲストにお招きします。

ご登壇いただく株式会社オートコミュニケーションズは2015年より中古車販売を中心にしていた店舗戦略を新車リース専門店に業態転換し、熊本市内で地域一番点の地位を確立しました。その背景には中古車販売における属人的な営業スタイルからの脱却と新車リース販売を通じた顧客生涯価値の最大化が目的でした。現在では広告費に頼らず紹介や代替から販売台数の7割を占めています。その秘訣はお客様の期待値を超えるという1点に注力した取り組みによるものです。

新車リース事業では一見地味に見えるような取り組みを継続することが成功のカギになります。困難に直面しながらも打ち勝ってきた経営者様の声だからこそ100年に1度の変革期を迎えている自動車業界で日々戦っている皆様にご参加いただきたいと思えます。ぜひ、事業主の方だけでなく、現場を担う従業員の方と共にご参加ください、皆様にお会いできることを心よりお待ちしております。



株式会社船井総合研究所
モビリティ支援部 リーダー

遠藤 圭太

～全国で活躍されている社長の声～

お客様のニーズや環境、それに伴う業界は常に変化し続けるので、情報を共有し、お互いに刺激し合い、理念実現のために共に成長していきたいです。



株式会社トピック
代表取締役社長 (岐阜県)
下畑 旬平氏

定期的に集まることで経営者同士、切磋琢磨でき、刺激をもらえることも大きな魅力。自社に無いものを知ることができる。また、休憩中などの時経営者同士でホニエの話なども聞けるので、更に深い話を共有できる。



株式会社ガイアジャパン
代表取締役 (長野県)
岡野 茂喜氏



株式会社カークリニックアキヤマ
代表取締役 (埼玉県)
山崎 洋之氏

研究会では販売集客の方法や成功事例店の情報が得られ、経営者だけでなく販売責任者にとって大変助かっています。



株式会社通商自動車
代表取締役社長 (宮城県)
西村 勇策氏

特に会社作りのプラットフォームを提供してくれること。車販としてはこれ以上ない販売方法だと思いますので、がんばっていきましょう!



株式会社Carport
代表取締役社長 (長野県)
重 政典氏

他社との情報交換と時流を学べることで、他社の成功事例を知ることが出来てよかったです。

自動車・モビリティ業界 総合コンサルティングファーム

コンサルティング顧問先数、研究会会員数
国内屈指の実績

無料の
メルマガ登録
募集中!!

モビリティ領域専門のコンサルタントによる
「業績アップ手法」や「業界動向」配信中!

無料メルマガに登録していただくと
モビリティ企業の経営で使える小冊子を
無料でプレゼント中!



小冊子の内容一部紹介

テーマ	タイトル
時流	【中古車業界】時流予測レポート2026
新車	新車リース販売店向け新規集客成功事例集
整備工場	自動車整備工場の生産性アップ事例
レンタカー	長期レンタカーで売上アップの好調事例
ガソリンスタンド	油外収益強化レポート
Web集客	Web集客の最大化!自動車販売ビジネス別攻略法大公開
DX	時流予測レポート2026~DX/デジタルマーケティング

メルマガ登録
小冊子ダウンロードはこちら!



株式会社船井総合研究所
モビリティ支援部

