

2021年(令和3年)
2月15日
No.1445
毎週月曜日発行(第5週は除く)
発行人:加賀光次郎
年間購読料 20,000円+消費税

リフォーム産業新聞

The Japan Journal of Remodeling

発行所:(株)リフォーム産業新聞社
亀岡大田取材班グループ
本社:104-0061
東京都中央区銀座8-11-1
TEL:03(6252)3450 FAX:03(6252)3461
大阪支局:530-0005
大阪府大阪市北区中之島2-3-18
中之島フェスティバルタワー16階
暮らしをよくする、専門メディア

CONTENTS

- 6-8 特集1
リフォーム業界実態調査 Vol.10 人材採用
本音で話し入社後のギャップを解消
- 14-15 特集2
リフォームコンテスト受賞物件
リノベーション・オブ・ザ・イヤー2020総合グランプリ
リモートワーカーの未来
フレッシュハウス
- LIXILエクステリアコンテスト2020金賞
内と外のつながりを感じる空間に
橋
- 19 YouTube活用
YouTubeで研修事業開始
ココテラス
- 22-23 新商品
内観色「ブラック」登場
三協立山・三協アルミ社
壁紙のデザインリレー開始
野原ホールディングス
- 24 インタビュー
中古住宅リフォームで30億円
不動産SHOPナカジツ 梶澤和樹社長
- リフォーム産業新聞
ウェブでもニュース配信中

リフォームのeコマース流行

見積もり、契約もオンラインで

リフォームECの主なサイトと運営会社、メイン商材

サイト名	運営会社	主な取り扱い商材
リノコ	セカイエ	床材、クロス、キッチン
交換できるくん	交換できるくん	トイレ、ビルトインコンロ
安くてごめんねキンライサー	キンライサー	給湯器
住設ドットコム	永野設備工業	ガスコンロ、トイレ、蛇口
HAGS	WAKUWAKU	建具などの建材、インテリア
ジュプロ、住の森	ライフワン	キッチン、トイレ、給湯器
REPERA(リリパ)	メガボックス	システムキッチン、バス
toolbox	TOOLBOX	内装建材、タイル、キッチン
アンシンサービス24	アンシンサービス24	給湯器
棟梁ドットコム	メディアテクノ	アンテナ、キッチン、トイレ
エクスショップ	デジアラホールディングス	カーポート、ウッドデッキ
ガラス建材の高山	ガラスの高山	網戸やサッシ、エクステリア
東海、関西、九州トリカ工隊	リバイト	家電、給湯器
リフォーム本舗	東京アサヒ販売	トイレ、システムキッチン
大問屋工事ねっとわーく	大問屋	トイレ、給湯器、ガスコンロ
エクステリアTAMA	TAMA	カーポート、ウッドデッキ
リフォームのピース	藤田工業	給湯器、トイレ

新型コロナウイルスの感染拡大で、電子商取引(eコマース)の利用が増えている。中でもリフォームや家事代行などをネット注文できる「サービス系EC」の急成長がめざましい。リフォーム見積もりから契約までをネット上で完結させるような事業者も増えており、東証マザーズに上場する企業も出てきた。

「交換できるくん」マザーズ上場

リフォームのネット通

販に注力している事業者が増えている(表参照)。

注目株は、昨年12月東証マザーズに上場した交換できるくんが注目を集めている。



交換できるくん
栗原将社長

交換できるくん(東京都渋谷区)だ。同社は現調、見積もりから契約までをオンラインで行うビジネスモデルで売り上げを拡大。前期は売上高40億円を記録した。今期はコロナ禍にもかかわらず47億

第3四半期決算

TOTO、減収減益

国内住設、営業利益33%減

TOTO(福岡県北九州市)は2021年3月期第3四半期(4・12月)決算を発表し、減収減益となった。連結売上高は前年同期比6.5%減の419.8億4400万円、営業利益は同7.2%減の27.7億2100万円、経常利益は同15.4%減の26.2億3200万円、純利益は同28.5%減の15.5億3500万円。

3四半期連続の減収減益となったが、利益率が改善。通期計画を上方修正し、一転して増益見通しとなった。

主力の日本住設事業は、売上高同9%減の304.3億円、営業利益は同33%減の14.9億円と、引き続き新型コロナウイルス感染症拡大の影響が響いた。需要別実績では、リモテ事業の売上高は同7%減の21.1億円、水栓機器が

9億円、営業利益は同29%減の13.4億円、新築の売上高は同11%減の9.23億円、営業利益は同54%減の14億円。特にリモテは非接触商品を中心に、住宅や学校、病院等が好調で3四半期単体は増収増益となった。

国内商品別売上高は、衛生陶器が同7%減の65.2億円、ウォシュレットが同1%増の75.6億円、水栓機器が

同8%減の61.2億円、浴室が同18%減の6.1億円、キッチン・洗面が同12%減の30.7億円と、ウォシュレット以外引き続き減収であった。しかし第一四半期との比較では全ての商品で3・4割増加しており、大幅な回復を見せている。

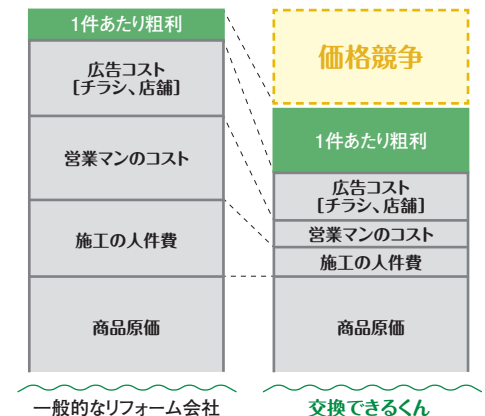
海外住設事業は、中国は売上高同3%減の4.80億円、営業利益は同20%増の92億円と足下では回復し増益。アジアは売上高同9%減の20.0億円であったが、台湾が堅調に推移しているため利益は36億円で横ばいとなった。米州は売上高5%増の25.5億円、営業利益は20.4%増の22億円と、ウォシュレット及び非接触商品の販売増により大幅な増益となっている。欧州は売上高同2%増の30億円だった。

なお、国内におけるリモテ事業の好調、中国及び米国が好調なことから通期の連結業績予想の修正計画も発表された。売上高は前回発表時から170億円増の5800億円、営業利益は同80億円増の390億円との見通しを示した。



▲「交換できるくん」のホームページには価格と商品を明示

「交換できるくん」の収益、コスト構造のイメージ



視の事業者で売り上げを伸ばしている企業は、近年増えている。

例えば、コンロやIHなど水回り系住設に強いライフワン(東京都新宿区)は「住の森」「生活堂」といったサイトを複数運営。前期売上高は19%増の約95億円を記録した。

また、給湯器に強いキンライサー(東京都港区)は前期売上高が前

年比15.4%の50億円。今期は同65億円を目指している。さらに楽天(東京都世田谷区)が運営する楽天市場でも「らくらく楽天リフォーム」という売り場を設けており、約20社がサービス提供事業者として参加する。

このような事業者が一般的なりフォーム事業者と異なるのは、営業マンのコストなどを圧縮した

り、商材を絞った施工に

特化することで、価格競争力がある点。交換できるくんでは割安な価格設定にしているものの、前期の売上総利益粗率は約29%を確保している。

経済産業省によると、令和元年度の国内電子商取引の市場規模は、前年比7%増の19兆4000億円。そのうちリフォーム事業が含まれるその他(住居関連等)は、2018年、19年ともに前年比で9%ずつ成長し、2019年度は約7700億円。1位の旅行サービスに次ぐ2位につけている。

コロナ禍で進むユーザーの消費動向の変化。事業者のサービスがさらに充実してくれば、リフォームをネットで買うという生活者も増えていきそう

キタセツ

「お家アンケート」で情報収集 Googleフォーム活用で回収増



北川拓社長

地元密着型でリフォームを行い、売上高9億円を超えるキタセツ（東京都大田区、北川拓社長）は、昨秋に行った施策が成功したことで、顧客情報の詳細化を進めている。同社では昨夏から、社員全員に「カウンセリングシート」をお客さんに記入してもらうことを開始。これは独自のヒアリングシートで、全部で23項目。築年数から家族構成、リフォームした箇所や年度を1枚の紙に書いてもらう。1件500円のインセンティブもあったが、なかなか浸透しなかった。

そこで今秋、OB顧客へ2カ月に1回送るニュースレターの中に「お家アンケート」に答えてキャンペーン実施中！」という紙を同封。QRコードから入ってGoogleフォームで回答してもらい、回答者にはクオカードかTポイント500ポイント付与することにしたところ、12月中旬時点でオンライン

成、リフォームした箇所や年度を1枚の紙に書いてもらう。1件500円のインセンティブもあったが、なかなか浸透しなかった。そこで今秋、OB顧客へ2カ月に1回送るニュースレターの中に「お家アンケート」に答えてキャンペーン実施中！」という紙を同封。QRコードから入ってGoogleフォームで回答してもらい、回答者にはクオカードかTポイント500ポイント付与することにしたところ、12月中旬時点でオンライン



▲カウンセリングシートで顧客情報を詳細化

「物件のみならず個人情報もあるのでは、なかなか集まらないと思っていました。社内でも何度か文面を話し合った。アンケートの紙の右下に、『安全で快適に暮らし続けていただくために住まいのカルテを作成し、自然災害やコロナ禍で不安が多い今だからこそこのカルテの整理をしています』と書き、理解を頂けるよう配慮しました」（広報・鈴木多佳子氏）

リフォーム専門学校
飛田恭助代表理事

リフォーム営業の変化 オンライン活用を当たり前により個に沿った提案を

「若い人だとオンラインは提案しやすいですが、高齢の方はそうでない可能性があります。お客さんの性格や状態に合わせて適切な営業をすることが、より求められます」

また、社内の教育でもオンラインとオフラインの融合が大事だという。それは、オンラインでは必要事項の連絡、会話しなくなり、気軽な情報共有などがオフラインよりできなくなる可能性があるからだ。

飛田代表理事は「研修を行う際、近場なら集まりたいと思っている」と話す。「オフイスの空気感、何気ない会話がその人のためになることもある。感染対策を行いつつも、少数の会議は会社で行うこともありだと思えます。オフラインで十分な信頼関係を築いた後に、オンラインコミュニケーションに移行するのが良いのではないだろうか」。

▲オープンしたモデルルーム
(塚本浩史/アドブレイン)

マンションのフルリノベーションを専門とするToivo（埼玉県さいたま市）は、初となるマンションリノベーションモデルルーム「OLO」をオープンした。

浦和駅から徒歩約6分、築46年の約66平米、RC造りのマンション1階をリノベーション。同社の強みである吉野杉や珪藻土を活用し、広がりや抜け感のあるデザインを意図。キッチンや家具は全て自作している。本物件のデザインは、マスタープラン一級建築士事務所（兵庫県西宮市）の山谷和也代表。

このモデルルーム最大の特徴は、RC造りの温熱環境を体感、実験することができる点だ。都内の大学と連携して、学生と一緒に「全室空調システム」を調査、実験する。これは、天井裏につけたエアコンが1年を通して、分岐したダクトから全室の空調に管理放射熱を利用した冷暖房で快適な空間を生むと同時に、部屋の温度が一定に保たれるシステム。室内に硬質ウレタンを吹き付けており、室内温度は常に22度前後、湿度は45%前後に。長くいればいるほど、その良さを体感できる。



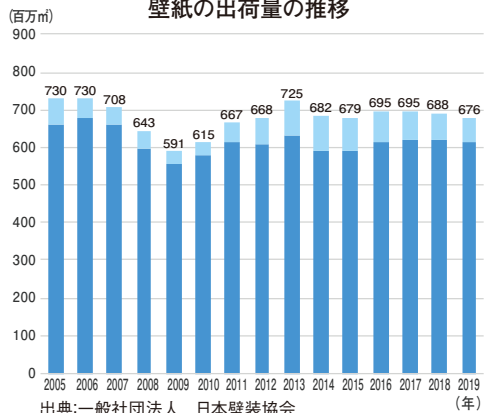
友政伸也社長

Toivo 温熱環境わかるモデルルーム 築46年のマンションリノベ

「私どものモデルルームでもありますが、小谷さんのシヨールームでもあります。おそらく、RC造りのマンションリノベで温熱環境を体感できるモデルルームは全国でも少ないはず。断熱性を挙げると戸建てのQ値を出すことはできませんが、マンションだと外壁や隣の部屋に左右されるので整合性がなくなってしまう。これから実験して数値化したいと考えています」（友政伸也社長）

さらに、新規事業を開

壁紙 2019年度は676km²を出荷 壁紙の出荷量の推移



壁紙の出荷量は2006年度は730km²を出荷したが、その後大きく減少し、2009年度には591km²となった。再び増加に転じ、2013年度は725km²と以前の勢いを取り戻したが、翌年2014年度は682km²まで低下し、以後600km²後半を横ばいの状態が続いている。

なお、全壁紙のうち塩ビクロスが占める割合は約9割。2019年度は91%に当たる616km²を出荷した。

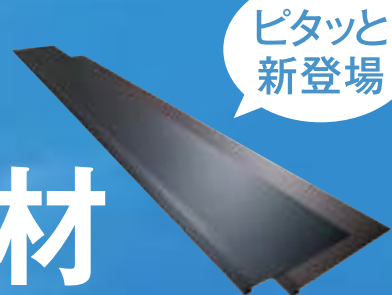
KMEW

カラーベストのケイミューから
カラーベストのための

リフォーム専用金属屋根材

K-METAL
リコロニー

2020年10月1日新発売



ピタツと
新登場

リコロニーは、ぴったり、簡単、スピーディ。

耐候性の高い屋根であっても長い年月が経てば色あせや汚れが次第に目立ち始めます。カラーベスト専用の金属屋根材・リコロニーは、既存の屋根材に貼り付けるだけの簡単施工。屋根のリフォームを短工期でリーズナブルに実施することができます。

連載 住宅の大規模リフォーム

喜ばれる仕組み・サービスで契約率アップ

プロフィール

大学卒業後ゼネコン勤務を経て、住友不動産(株)新築そっくりさんに約14年従事。個人成績全国1位を数度獲得、運営する営業所でも全国1位を獲得、継続してトップセールスの実績を持つ。独立後、大規模リフォーム専門の会社紹介サイト「リフォームコンパス」を運営。大規模リフォーム検討する一般ユーザーに、会社だけでなく担当者を指名して紹介する仕組みを作る。その他、セミナーや企業研修など講師を年100回以上実施、コンサルも行う。



I.Compass
代表取締役
西尾 肇氏

第11回 テーマ

プランや見積もりの前に
連絡不備で断られてしまう

住宅の大規模リフォーム営業において、お客様が断る理由として非常に多いのが、「連絡の不足や不備」によるものなんです。

ご存知でしたでしょうか？実は、プランや見積もりを提出する前にはもうお客様がお断りになることをほぼ決めておられるというケースが少なくないのです。

私も「リフォームコンパス」では大規模リフォームを専門にリフォーム会社さんをお客様へご紹介しているのですが、商談中もお客様から色々な相談をいただきます。また、リフォーム会社さんを決定された際には、その時点でのアンケートも取っています。

するとお客様側の意見として、

- ・A社、B社はすぐに連絡くれたのに、C社はなかなか連絡がこなかった
 - ・メールの返信がおそかったり、時にはなかったりした
 - ・次の打ち合わせがいつか連絡がなかった、連絡しますといったきり連絡がこない
 - ・最初の電話連絡の時に色々聞かれて、あまり好意的な印象がなかった
- などなど、連絡が不足していたり、連絡内容や方法が不備だったということも多くのお客様がご不満やお断りの理由として挙げられています。

もちろん、これはお客様からの意見であってリフォーム

お客様への連絡の決め事を作って契約率アップ

担当者さん側にも確認すると、「言ったんですけどね…」「メールしたんですけど…」など理由や言い分がある場合もたくさんあります。

しかし、お客様は理解していなかったり届いていなかったり忘れていたりすることもあるので、結果的にプランや見積もりなど本領発揮する前に断られるという事態になっている、非常にもったいない状態です。

では、どうしたら連絡不備によるお断りを減らせるのでしょうか？それは、営業するうえでとても大事な「連絡」というカテゴリが個人の采配任せになっていることが原因だと思います。

そこで、大規模リフォームの場合は、会社で営業時の連絡の基本的な決め事を作ってみたいかがでいいでしょうか？

連絡するタイミング、連絡する内容、連絡する手順など、ある程度決め事を作って共有しておくことによるお断りの差が少なくなる効果に期待できます。

あまりそういう決め事がある会社さんは少ないかもしれませんが、お客様視点でみると、迅速丁寧な良い連絡がきたり、担当者さんによって違いがなくなったりするのは良い事であるのは間違いありません。

もちろん、お客様によっても求める対応は違いますが、基本的なルールがあると、少なくとも単純な連絡ミスや良くない内容は減らせるのではないのでしょうか。

ぜひ、お試しください。

リフォームセールスマガジン3月号から

特集・納期遅れ&トラブルゼロの現場のダンドリ/安心度がアップする!工程表の工夫とノウハウ/輝くキラキラ建材orシックなマット建材/輝くリフォームセールス[フィディア・瀬戸川香織さん]/つい長居したくなるトイレリフォームのアイデア/KURASHIを楽しむ[toolbox・小尾絵里奈さん]/外装リフォームの教科書

【購読申し込み】TEL03-6252-3450
発行 リフォーム産業新聞社

「見積もりを自動化することで、成約に近いお客さんが増えます。非効率な業界をどんどん効率化し、日本の経済に貢献することが当社のミッションです」(石川彩子社長)

自動見積もりで提出される事業者数は最大5社。その中から選ばれた事業者が現場調査後に正式見積もりを出す流れとなる。手数料は成約金額の20%。現在は、単品工事が多いが大型工事への対応も視野に入れている。

「見積もりを自動化することで、成約に近いお客さんが増えます。非効率な業界をどんどん効率化し、日本の経済に貢献することが当社のミッションです」(石川彩子社長)

ロイヤルハウス

オンライン対応力を養うサポート

バーチャルで繋がれる仕組み化

木造住宅F.Cで工務店支援を行うロイヤルハウス(愛知県名古屋市中区)では、加盟工務店のオンライン対応力向上のノウハウ提供を推進している。

主な取り組みは2つ。1つは加盟工務店に対するオンラインやリモート環境での商談フォローの充実だ。例えばZoomの導入・活用ノウハウ研修、SNSやYouTube配信などは有識者から直接アドバイスを求められる仕組み。少人数経営

営や知識がない場合でも、時代に合わせた営業ができるようサポートする。2つ目はユーザーに向けた商品開発。在宅時間が増すことでの我慢や巣ごもりといったネガティブな印象をポジティブに捉えられるよう、家での時間が楽しく感じられる暮らし方提案を進め、新商品も予定している。

オンライン完成見学会の事例

項目	LIVE撮影	録画撮影
人員	2名	2名
所要時間	10分	撮影:4時間/編集:5時間
使用機材	携帯電話(Phone)	ブルーレイレコーダー、広角レンズ、カメラ、三脚、スマートフォン、リモコン

▲オンライン見学会のノウハウをウェブセミナーで公開



森田 勉社長

暮らした方提案を進め、新商品も予定している。今後は「コンセプト商品が360度VRで閲覧できる住まいのバーチャル展示場も、より多角化していきます。従来のホームページとは異なり、加盟工務店ごとの個性あ

るバーチャルモデルハウスの展開や、直接繋がれる仕組みを構築していく予定」と営業部の浜田大輔氏。実際に昨年加盟した工務店は、同社が提供するノウハウや取り組みを活用し、活動開始から3カ月で3件の契約見込みの獲得に至ったという。同社では独自の構造方法や保証制度、アフターフォローのノウハウ等を、加盟工務店に提供。近年では営業サポート以外にも、設計やプランに関するアドバイスや、そのまま提案しやすいプレゼン動画の提供など、トータルサポートを充実させて全国に展開している。「地方部にある少人数

運営の工務店がコロナによる急激な時代の流れに

の枠組みにとらわれず、住宅以外の部分にも踏み込みこんだ新しい支援・

サポート形態を拡充させていきます」(森田勉社長)

ミツモア 1年でリフォーム依頼4.3倍
見積もり自動化サービス好調

4000事業者が登録するサービス



石川 彩子社長



▲4000事業者が登録するサービス

率化を進めたという。こうした石川彩子社長の考えのもと、ミツモアは2017年に誕生。カメラマンや税理士といったカテゴリからスタートし、直近はリフォーム分野を強化する。

従来の壁紙の交換やフローリング張り替えといったサービスを提供してきたが昨年から依頼件数が増加。特に店舗などを

換、外壁塗装といったニーズが増えている。

ミツモアの大きな特徴は、依頼者が必要情報を入力後、最短で3分後には自動で見積もりの提出が行われる点だ。プロ側が事前に入力していた単価と、820問の問いから導き出された依頼者の情報をかけあわせ、自動で見積もり提出が行われる。プロ側は初期対応が省かれる上、すでに見積もりにより概算費用が伝わっているため、顧客宅訪問後の成約率は高い。現状、この自動集客方式は20のリフォーム領域に絞られるが、今後拡大を進める。

「リフォームカテゴリは自動見積もり機能がついてからまだ1カ月ほどですが、成約率が高まっています。土業ですと成約になる数が半数を超えています」(石川彩子社長)

投資ゼロで月間売上900万増のリフォームビジネス

OBアフターの新方程式
徹底学習セミナー

日時 2/22 (月) 15:00 ~ 16:00

※その他の日程もあります

受講料もゼロ

お申し込みは日本住宅保全協会で検索

一般社団法人日本住宅保全協会 / TEL.0120-926-703 http://jhdrc.com



コンパクトな「おかえり手洗い」 玄関への設置需要に対応



▲限られたスペースに設置できる

「コロナ禍で高まった「帰宅後すぐに手を洗いたい」というニーズに、水まわり商品のオリジナルブランド「mizunohana（水の花）」を展開するフローバル（大阪府大阪市）が発売した、玄関などに置けるコンパクトな手洗いボウルセット

「おかえり手洗い」だ。同商品は小型の手洗いボウルとカウンタートップ、水栓、タイル、配管がセットになっている。価格は税別9万8000円。ボウルは丸型と角型の2種類の形状があり、カラーはマット調の6色をラインナップ。カウンタートップはボウルの周りに石鹸や消毒

液を置けるように最小スペースで設計されており、3色の木目を用意している。「内装と調和するようなデザインと色合いにしました」と住設グループマネージャーの小林勇氏。「新築でも水まわりを増やしたプランが出てきています。ニーズに応えていきたい」と語る。

「mizunohana」は、海外のようなデザイン性の高い水まわり製品を日本のユーザーにも楽しんでもほしいという思いから立ち上がったブランド。withコロナ時代の手洗いを少しでも楽しくできるような商品展開をしていく。

パラダイム・ラボ

軽貨物配送を簡単依頼

「家の中まで」など柔軟対応



営業部 本橋尚之氏

「家の中まで荷物を運んでほしい」といった細かい要望まで対応できる利便性が特徴だ。「ケイハイ」に登録しているドライバーは、7割が個人。軽バン等を保持し、副業で空いた時間にものを運びたい人などが多く登録する。スポット配送から、当日配送、専属の業務契約などさまざまな配送ニーズに対応。依頼主は荷物情報を登録しておけば、今後の依頼はわずか30秒で行うことができる。料金プランは走行距離から選択でき、走行距離だと1〜20kmで1台6600円、20kmで1台6600円、時間はプランAが4時間50kmまでで1万1000円となる。

点検「電柱の高所点検、損害鑑定」など、より高いアングルの撮影が必要なニーズを受け、発売



▲別売のBiモニターホルダーを使うと片手がフリーになり、撮影スタッフの人数もカットできる

高所撮影にはドローンも有効だが、資格免許や飛行許可が必要な場合など使用には制限がある。Bi Rodはその場で伸ばして使用後すぐに撤収できるため、簡単・手軽に撮影できる。

また、従来ハシゴを使用し目視で行っていた点検が地上から行えるようになり、事故のリスク回避にもつながる。



▲11.5メートルタイプには専用のフットペダルを付属。ロッドを足で踏んしかり支えるため安定した撮影が可能

ルミカ（福岡県古賀市）は高所点検用ロッド「Bi Rod（ビーアイロッド）」シリーズ最長の11.5メートルタイプを発売した。Bi Rodは地上にしながら「高所の安全な撮影・点検」を可能とする超ロング一脚。ロッドの先端に搭載したカメラをスマートフォン、タブレットでモニターし、撮影が可能だ。同社では、以前より屋根点検用のツール開発販売に着手、2階建て一軒家の屋根点検などで活用されてきた。11.5メートルタイプは「3階建ての屋根



▲ドライバー不足をマッチングで解決

「荷物を運びたい会社」と「荷物を運びたい人」を即日マッチング。即日稼働の「軽貨物ドライバー」業界トップクラス!! 即日稼働の「軽貨物ドライバー」業界トップクラス!!

「荷主さんの登録情報をもとに、ドライバーと最初に打ち合わせをする」ことで柔軟な対応ができます（営業部 本橋尚之氏）

イベント会社の利用例では、機材を運んだ先がイベント中のため、荷受けができない問題が頻りに発生するという方法で荷受けできない問題をクリア。「ドライバーの評価が対応力と関連しているため、そうした要望をドライバーが受け入れてくれる」と本橋氏。

配送に使われる車は、軽バンや幌付きの軽トラック。未梱包の商材の運搬や大手の一般宅配では扱えない、2メートルを超える商材も車に乗せられるものであれば配送ができる。

今後は宅配ドライバーを増やしていくほか、システム開発も推進。より簡単に依頼ができる環境を整える方針だ。

売上 3億、5億、10億の壁を突破されたいリフォーム会社様向け

リフォーム事業にかかわる「戦力」貸します!

仕入れ 販促 コンサル

をネットで簡単注文!

利益率が何%アップするか
30分で無料オンライン診断中!

加盟
500店舗
を突破!

住宅・リフォーム会社のためのネットワーク
センリョク

お問合せはこちら
0120-916-354
Mail: info@1000ryoku.jp
センリョク 検索 https://1000ryoku.jp/



ご希望の方に無料で
カットサンプルをお送りします

「雨漏り10年保証」 の高性能ルーフィング

屋根下のルーフィング

粘着式改質アスファルトルーフィング

高い粘着力和止水性能で業界初の「雨漏り10年保証」を付保した粘着式改質アスファルトルーフィングです

◆ 抜群の止水性能 ◆ 安心の長期耐久性 ◆ 低温時の施工性

http://www.aimkk.jp/

屋根下のルーフィン

おかげさまで創業 25 周年
エイム株式会社
TEL:048-224-8160
〒332-0002 埼玉県川口市弥平 2-20-3 エイム wing ビル

リバー 滋賀京都でモデルハウス4店運営 フルリノベ受注増で年間10件

リフォーム売上高約2億5000万円のリバー（滋賀県大津市）はモデルハウス運営を通して、リノベ受注を増やした。



坂田純一社長

注だ。そのほか約7割が子ども部屋など部分的なリノベだ。受注が増えた理由の1つは、モデルハウスを通して、デザイン性にこだわったリノベを手掛ける会社だとPRできたからだ。現在、同社は滋賀県と京都府で計4店舗のモデルハウスを運営している。京都の2軒は昨年11月オープン

した。見学会は完全予約制など、感染対策をして開催。滋賀県の2軒を中心に、月5〜6組の顧客が来場している。こだわりの1つはヴィンテージ風のデザイン。滋賀県では、築30年のマンションの部屋を「パリのアパートメント風」にリノベ。もう1軒は、戸建ての和室を「1940〜1960年代のアメリカの住宅風」のLDKに改装。

「お客様に実際のリノベ物件をご覧いただくことで、具体的にイメージを掴んでいただけたようになります」と坂田純一社長は話す。ほかにも、モデルハウスの写真を掲載したボストカードの配布や、デザインにこだわった建築資材の物販などを行うイベ

建てる古民家を、大正モダン風のデザインのゲストハウスにリノベ。築約80年の平屋をリノベした住宅は昭和の日本住宅風のデザインだ。同社はアンティークショップや雑貨店と取引をしており、家具や小物も内装の世界観と統一した物を選ぶ。また、京都の大正モダン風住宅では内装に海外製の壁紙を使うなど、雰囲気に合わせて和と洋の要素を混ぜている。

ントを通して、自社をPRした。「京都へも商圏を広げた。今後は京都で、リノベ

ていくため、昨年モデルハウスをオープンしました。今後は京都で、リノベ

LINE見積もりサービス開始



マーケティングIT
担当役員
中田寿氏

WAKUWAKU（神奈川県横浜）市が展開するリフォーム・リノベーションサービス「HAGS（ハグス）」で、LINEでのリフォーム見積もりサービスがスタートした。同サービスは、LINEでHAGSを友達登録し、理想の空間写真と現状の写真を送り、チャット内で質問に答えると、翌営業日中に概算見積もりが送られてくるというもの。

WAKUWAKU ハードル下げ、リノベを身近に

反響が増す中で感じたエンドユーザーの困りごとが、LINE見積もりサービスの開始した背景にある。「InstagramやPinterestで理想のイメージを持っていたお客様が増え、現地調査に来てもらわなくてもいいから、まずはこの空間にするのがいいからなのか知りたい」というニーズがありました」とマーケティングIT担当役員の中田寿氏。理想の暮らしの実現方法がわからず困っているユーザーに対して、見積もりをとることのハードルを下げ、手軽におおよその費用がわかるようにすることでリノベーションを身近なものにする。HAGSが紹介する顧客に対し、設計から施工を完結できるパートナーも募集中だ。「自宅の一部だけをリノベしたい、自分らしい暮らしをしたい」というニーズが高まっています。全国のリフォーム会社や工務店と一緒することで、自分らしい暮らしを全国に広めていきたい」と中田氏は語る。



▲LINEで理想の空間写真と現状の写真を送り質問に答えると、概算見積もりが出る

デザイン性の高い建材をEC販売するHAGSでは、昨年からの一部の部分をリノベーションする「プチリノベ」サービスを開始し、施工までワンストップで提供している。プチリノベの

データで考える 「職人不足」 VOL.11

建設業界に特化した民間調査機関「クラフトバンク総研は、「職人不足」についてデータを

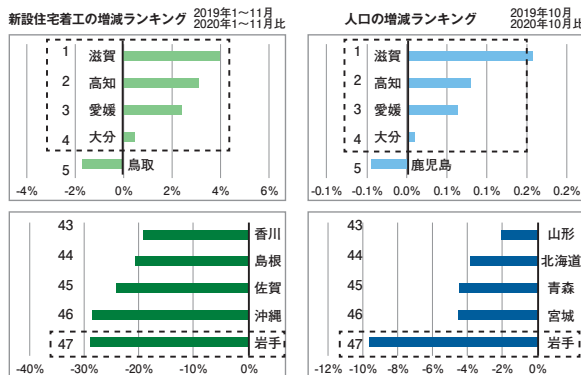
新設住宅着工の落ち込みは都道府県ごとに差が大きい。よく「都市と地方の格差」と言

数字で見る建設業の地域差

われるが、今回はその差を数字で見ていきたい。これまでの記事で、2020年新設住宅着工戸数の対前年比増減が都道府県ごとに大きく差があることを紹介した。特に、岩手県等が突出して悪化しているが、これらの地域は新型コロナウイルスの感染者も、外出自粛の影響も少ない。では、差が大きくなる要因は「コロナ以外」で何だろうか。

人口と建設業、人が減れば家も建たない

「新設住宅着工増減」「人口増減」の両ランキングの上位の顔ぶれは近い。下位を見ると47位の岩手県が一致しているほか、「人口が減った」都道府県で「住宅着工が増えた」例は一つもない。24年連続で首都圏



への転入超過（転入者が転出者を上回る）が続いている点や都道府県別の廃業率など、他の統計も踏まえると、「施工も職人も減る地域で家は建たなくなっていく」仮説が成り立つ。「隣の県への進出」「地方から都市部へ本社移転」等の建設業のエリア展開や、「チラシを配っても毎年効果が出なくなっている」「職人が見つからない」が起る背景には「人口」がありそう。建設業は「どこに本社を置いているか」を意識して今後の戦略を考えた。

高木健次 クラフトバンク株式会社クラフトバンク総研 所長
投資ファンドにて建材メーカーやハウスメーカー等多数の中小中堅企業の事業再生に従事。2019年クラフトバンク株式会社に入社。クラフトバンク株式会社建設会社、工務店と専門工事会社をマネジメントするプラットフォーム「クラフトバンク」を運営。2019年12月にクラフトバンク総研を設立。

総合ニュース

日本最大級のリフォーム店ネットワーク



LIXILリフォームネット

LIXILのツールを活用して、 自社ノウハウで事業を成長

自社ブランドの元、自社ノウハウでリフォーム事業を行う。LIXILのツールを活用したり、登録店様同士の情報交換により、リフォーム事業を成長させていきます。

オンライン加盟説明会開催

2月25日(木) 13:30～14:10



株式会社 LIXIL

加盟店募集中

リフォームビジネスを、 LIXILといっしょに。

知識・情報・提案力をサポート！
売る力を強くするアプリ

レポケット
新登場！

無償で活用できます！

アプリの魅力が
3分でわかる
動画はコチラ



日本最大級のリフォームフランチャイズチェーン



住まいのことなら

LIXILリフォームショップ

LIXILブランドを活用して、 最短でリフォーム事業化を実現

スーパーバイザーによる指導やマニュアル・研修など、フランチャイズチェーンノウハウを活用して、業績アップをサポート。成果をあげた加盟店成功事例を報告する説明会へぜひご参加ください。

年商4億を誇る加盟店事例報告！

オンライン加盟説明会開催

2月25日(木) 10:00～11:00



3年で年商
2億以上を
目指します！
※達成実績あり

リフォーム経営の実態を明らかにする企画。今回のテーマは「人材採用」。各社人材採用をどのように進めているのかリフォーム会社6社に調査した。

リフォーム業界 実態調査

Vol.10 人材採用



テオリアハウスクリニック

- ①7億2000万円
- ② —
- ③社員紹介やブログなどで社員の人柄を伝える
- ④先輩社員が仕事について話す、社長がビジョンを説明する
- ⑤約1時間
- ⑥1次面接は基本的に採用担当者、最終面接は経営企画部長と営業部長が担当
- ⑦人柄やこれまでの経験
- ⑧バーベキューなどのイベントの開催や社内報の送付、内定式など
- ⑨約5人

シロアリ予防・駆除工事や断熱リフォームなどを手がけるテオリアハウスクリニック(東京都練馬区)は、5、6社の人材紹介会社を利用して求人

テオリアハウスクリニック

採用HPで人となり発信 さまざまな職種がブログに登場



▶スタッフブログでは仕事やプライベートな話などさまざまな内容の記事が並ぶ

募集をしている。また、求人専用のホームページを用意。社員紹介や座談会ページ、職種紹介、スタッフブログなどを通して会社

の雰囲気や人柄を伝えてい



経営企画部
野田恒徳
取締役部長

る。例えば、スタッフブログでは仕事やプライベートな話などさまざまな内容の記事が並ぶ。ある営業マンは自身のキャリアアップを振り返っている。営業や技術開発課などさまざまな部署の社員が登場するように配慮している。

経営企画部・野田恒徳取締役部長は、社員の人柄を発信することが重要と語る。「会社に来ればどんな雰囲気なのか感じられますが、外からだと全く分かりません。人柄を表に出せば、求職者の方に会社の雰囲気を伝え

られますし、うちに興味を持ってもらえます」同社の採用フローは説明会、二次面接、最終面接。人物重視のため書類選考は行わない。説明会では、南山和也社長が業界や会社の方針などを30〜40分ほど話し、先輩社員が30分ほど業務について説明する。説明会は月3回開催で1日2回、計約40回開催し、参加人数は3〜4人。

一次面接では基本的に採用担当者、最終面接では野田取締役部長と営業部長が担当。求職者一人に対して面接を行う。面接で重視することについて、採用担当の常務

礼実氏は印象と語る。一方、野田取締役部長はこれまでの経験などを聞くと語る。「その人の人柄を知れそうな部分を深掘りします。また、よく聞くのはどんな友人がいるか。その人の友人からその人の人柄が見えてきます」

一次面接では約100人を面接し、約6、7割が合格する。最終面接は約50人を面接し、約5人に内定を出す。

内定者への入社までのフォローとして、バーベキューなどのイベントの開催や社内報の送付などを行っている。また、内定式後の懇親会で社内名刺を交換する。

調査項目

- ①リフォーム売上高
- ②平均単価
- ③採用専用ホームページの工夫
- ④説明会における工夫
- ⑤面接時間
- ⑥面接官の人数
- ⑦面接で重視すること
- ⑧内定者への入社までのフォロー
- ⑨内定者の人数

リブウェルヤマザキ

- ①5億5000万円
- ② —
- ③社員紹介などで社員の人柄を伝える
- ④先輩社員が仕事について話す、社長がビジョンやプロフィールを話す
- ⑤1次面接は約1時間、最終面接は区切りなし
- ⑥1次面接は採用担当者、管理部の責任者、学生の希望部署の責任者の3〜4人、最終面接は社長と常務取締役の2人が担当
- ⑦経営理念への共感
- ⑧インターンシップや内定者研修など
- ⑨約4、5人

リブウェルヤマザキ(大阪府松原市)は、説明会、二次面接、人事面談、説明、先輩社員の仕事の最終面接の採用フローで説明、金井敬社長の話と進めている。書類選考は

リブウェルヤマザキ

説明会は社長が自己紹介 人事面談で入社後ギャップ解消



金井敬社長

社の説明をしても学生の心に残らないため、先輩

社員が会社のリアルなことを話す。また、金井社長が必ず会社の理念やビジ



▲説明会では金井社長が自己紹介をする

15分ほど家族や趣味など自己紹介をする。一次面接は管理部長、人事広報担当の多田真末氏、管理部の責任者、学生の希望部署の責任者の3〜4人、最終面接は金井社長と常務取締役の2人が担当する。

面接では志望度を重視すると多田氏は語る。人事面談は、多田氏、または多田氏と先輩社員が本音で学生と話す機会として行っている。会社の良い面だけでなくリアルな面も学生に伝えて、入社後のギャップを解消することが狙いだ。金井社

長は「入社後の働き方をみっちり話して、それを分かった上で入社するので入社後のギャップはなくなり解消されたと思います」と語る。

内定後、内定者は夏から秋のインターンシップで学生と内定者の交流会に参加し、冬のインターンシップのプログラム内容の企画、内定者研修で半年間の目標計画の立案をするという流れだ。

また、約3年前から採用専用のホームページを設立した。事業部ごとの社員紹介ページを用意し、仕事内容ややりがいなどを記載することで、入社後のイメージができるように意識している。

一般社団法人
リフォーム専門学校

今日から
スペシャリスト

「内装」「木工事」「水回り」
5日で学べる短期職人育成コース
始まりました。

コロナウィルスの影響で、引退を考慮する職人が増え、今後工事の担い手がさらに減少していくと思われます。ただ、育成のために1か月の期間をとるのは難しい、そんな声から今回、わずか5日で1つの分野を学べる育成コースを用意しました。「内装」「木工事」「水回り」に特化することで、短期間で専門職人を育て上げます。そろそろ未来への投資を始めませんか。

1か月で水回りの多能工を育てる今までのコースと滞在用の宿舎も用意しています。詳細は下記のフォーマットかWEBからの資料請求をお願いいたします。

『多能工リフォーム』育成DVD発売!
粗利45%の এস職人を
動画で育成!



水まわり多能工職人育成DVD DVD4枚セット
価格:324,000円(税込)

WEBサイト「リフォームブックス」にて
ご購入頂けます

リフォームブックス www.r-books.jp/

資料請求は今すぐ! FAX:0823-27-8788

※追って担当者からご連絡いたします。氏名・電話番号・メールアドレスはお間違えなくご記入ください。

貴社名	
氏名	フリガナ
住所	〒
TEL	
FAX	
MAIL	
その他	

0120-927-617

リフォーム専門学校 検索 www.reform.school/specialized/



リフォーム業界実態調査

山商
リフォームサービス
①41億5000万円
②368万円
③ホームページに説明会や面接日程を書く
④山崎社長、先輩社員がリフォームの仕事(内容や流れ)、会社の風土などについて説明
⑤1次面接は支店での1日業務体験、役員面接は1時間ほど
⑥役員2人
⑦仕事への意欲、積極性、言葉遣い、コミュニケーション能力
⑧8月の決起集会、11月の内定者の顔合わせ会、1月の新年会
⑨例年一桁代、今年度は10人

リフォーム売上高が40億円を超える山商リフォームサービス(東京都足立区)は、毎年10人の新卒採用を目標としている。2021年度は業績拡大により、20人の新卒採用を目標とし、現在10人の内定、入社が決まっている。

同社の選考でユニークな点は、実際の店舗で1日働くことが選考対象になっていること。個別の会社説明会を終え、エントリーシートを提出した学生は、住んでいるところ、最も近い店舗で1日、マネージャーと呼ばれる店舗をまわるとめる層の

山商
リフォームサービス
実店舗で1日働き、検討「一緒に働きたいか」問う

嶋澤啓工務店
①非公表
②非公表
③リフォームの仕事について書く
④先輩社員がリフォームの仕事(内容や流れ)について説明
⑤20~30分
⑥1次面接は1or2人、最終は1人
⑦コミュニケーション能力。質問に対してしっかりと回答ができるか
⑧ボーリング大会、保護者面談、TOTOやLIXILなどでのショールームツアー
⑨初年度5人、以降は2、3人

埼玉県内に3店舗のショールームを展開する嶋澤啓工務店(埼玉県さいたま市)は、新卒採用では面接時のコミュニケーションを重視する。

同社では単独での企業説明会、エントリーシート、グループワークの後、面接時のコミュニケーションを重視する。

嶋澤啓工務店
面接はコミュニケーション
助言で保護者面談も実施



嶋澤徹社長

面接は、1回20分から30分程度。その中で「なぜリフォーム会社なのか」「協調性はあるか」など、一般的な質問を聞く。しかし、それだけで十分に聞きだせるという。

「コミュニケーション能力、協調性の部分を面接では重視しています。問いに対してしっかりと返ってこなかったり、は

30分程度。その中で「なぜリフォーム会社なのか」「協調性はあるか」など、一般的な質問を聞く。しかし、それだけで十分に聞きだせるという。

「コミュニケーション能力、協調性の部分を面接では重視しています。問いに対してしっかりと返ってこなかったり、は

「仮に自分の部下として入社したときに、教育できるか、一緒に働きたいかを見極めてもらいます。現場の声をリアルに聞くので、なるべく尊重します。私どもの選考では、特に重要視している選考です」(仲宗根直子・業務部広報課)

こうして通過した学生が最終面接に臨む。時間は1時間ほどで、役員2人と学生1人。質問内容は「なぜうちか」「なぜリフォーム業界を目指すのか」など、基本的な質問を行う。

「緊張しないようフランクな雰囲気しつつ、本人の仕事のやる気、向上心、働くことへの意欲、本人の言葉を確認しています。受けた学生さんのバランスを見ていくイメージ。マネージャーからOKが出ていますので、最終面接の通過率は、8割くらいのイメージです」(業務部・連見直寛部長)

求人募集は主に3つで、Indeed(インディード)、学校説明会、自社ホームページ。特にIndeedは、外部の社会人向けの講習会、オンラインセミナーへの参加案内、メールでの新年挨拶などオンライン対応を行いました」(仲宗根氏)

「今年は、外部の社会人向けの講習会、オンラインセミナーへの参加案内、メールでの新年挨拶などオンライン対応を行いました」(仲宗根氏)



業務部広報課・仲宗根直子氏



業務部・連見直寛部長



▲自社の採用ホームページ

「仮に自分の部下として入社したときに、教育できるか、一緒に働きたいかを見極めてもらいます。現場の声をリアルに聞くので、なるべく尊重します。私どもの選考では、特に重要視している選考です」(仲宗根直子・業務部広報課)

こうして通過した学生が最終面接に臨む。時間は1時間ほどで、役員2人と学生1人。質問内容は「なぜうちか」「なぜリフォーム業界を目指すのか」など、基本的な質問を行う。

「緊張しないようフランクな雰囲気しつつ、本人の仕事のやる気、向上心、働くことへの意欲、本人の言葉を確認しています。受けた学生さんのバランスを見ていくイメージ。マネージャーからOKが出ていますので、最終面接の通過率は、8割くらいのイメージです」(業務部・連見直寛部長)

求人募集は主に3つで、Indeed(インディード)、学校説明会、自社ホームページ。特にIndeedは、外部の社会人向けの講習会、オンラインセミナーへの参加案内、メールでの新年挨拶などオンライン対応を行いました」(仲宗根氏)

「今年は、外部の社会人向けの講習会、オンラインセミナーへの参加案内、メールでの新年挨拶などオンライン対応を行いました」(仲宗根氏)

YAMADA HLDGS.

家電の取り扱い**コスモスベリーズ**におまかせください!

ずっとあなたの**お困りごと解決**係です

流通の常識を変えたビジネスモデル!!

コスモスベリーズ
会社設立15周年
加盟店数4,000店突破!!
(2020年11月16日現在)
店舗数及び拠点数11,724拠点

ありがとうございます!

おかげさまでコスモスベリーズ設立15周年を迎えると共に全国の加盟店数4,000店を突破することができました。ご協力いただきました皆様に心より感謝を申し上げます。

ありえない! 『家電』のないリフォームなんて!!

こんな方にオススメです!

- ✓ 家電製品を扱った新しいビジネスを始めたい
- ✓ 取り扱いメーカーを増やしたい
- ✓ 少量の仕入れでも安く買いたい
- ✓ 幅広い情報が欲しい
- ✓ 無店舗&無在庫で商売がしたい

加盟店受付中!! お問い合わせはこちらまで ➡

Berry's **コスモス・ベリーズ株式会社**
TEL 052-977-1122
〒465-0021 愛知県名古屋市中東区猪子石1-503
ホームページ: <https://www.berrys.co.jp/>

個人プレゼンで提案力チェック
研修は「即戦力化マニュアル」使用

大西健夫
専務取締役

緒に考えていくことも伝

した。

かくする。

、ヤツプがあると、離職

役)

後に食事会をし、半年

などを手掛ける竹村工務

竹村健社長

観者の採用だ。

同社はさまざまな求人

が、長い間効果が得られ

なかつた。昨年から建築系の専門学校への求人広告掲載を始めたところ、工人の新卒採用に至つ

面接で重視したことは「コミュニケーション能力です。お客様とのコミュニケーションをどぐらいとれるかで、次の紹

面接で重視したことは

ユニケーションをどれくらいとれるかで、次の紹

介に繋がるかどうかに関わってくるためです」と竹村社長。

人情報を送った方が良い」「アドバイスを受けまし
と竹村健社長は話
「できるだけ世間話の
ような面接にして、どれ
だけ物怖じせずにコミュ

を覚えてもらおうと考え
ています」(竹村社長)

研修を入社前の半年間受講し、4月入社時に実践のマナー研修も行う。

今年は例年より人数を減らしての募集だったが、来年以降は関東、関西で5～10人の採用を予定している。

採用専用ホームページは社員インタビュアーをはじめ、入社研修制度、働き方に関する制度などの説明もかくする。

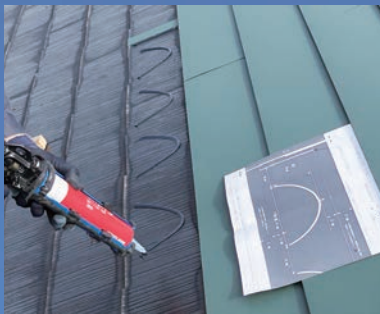
「採用人数を何人も確保するよりも、三年経つてどれだけの人が残っているかが重要だと考えられます。入社した時にヤップがあると、離職

- ①約1億4000万円
- ②約40万円
- ③自社ホームページで募集情報を掲載
- ④実施せず
- ⑤約30分
- ⑥1次面接は採用担当スタッフ、2次面接は社長
- ⑦コミュニケーション能力。世間話のような面接で、聞かれたことに対してどれだけの確かな返答ができるかを見極めている
- ⑧メールや電話で入社後の動きを説明。スケジュールが合えば、対面でも打ち合わせ
- ⑨1人



C/guard

安心・薄い・丈夫！



営業拠点： 東京 ・ 大阪

Q 検索

前年比120%の伸び



■総合リフォームマッチングサイト

家仲間コム

登録社数 | 2,932社

成約手数料無料のため、エンドユーザーから業者へ直接連絡が可能。業者紹介の詳細ページの強化を図ったことにより、アクセス数は拡大傾向にある。

水, 外, 内, 小		
初期費用	なし	UU 562,404
年間利用料	3.96万円	PV 2,169,102
紹介手数料	330円	
成約手数料	なし	(マッチングジャパン)

住宅・住まいのリフォーム隊

登録社数 | 108社

3年前にリニューアルし、掲載・成果報酬・配信等のサービスが無料。事業者側で、施工事例や会社情報、お知らせ等の掲載情報を自由に更新できる。施工事例数ランキングなどの企画の充実を図っている。

水, 外, 内, マ

初期費用	なし	UU 20,777
年間利用料	なし	PV 96,205
紹介手数料	なし	
成約手数料	なし	(スムーズ)

INDEX

サイト名

登録社数

※未回答のサイトは非表示

特徴

相談依頼の多い工事 (略称説明) 水=水まわりリフォーム、外=屋根・外壁リフォーム、内=内装リフォーム、間=間取り変更、マ=マンションリノベーション、大=大型工事(500万円以上)、小=小工事(50万円以下)、新築=新、不=不動産

初期費用		UU
年間利用料		PV
紹介手数料		
成約手数料		(運営会社名)

UU: ユニークユーザー数 (月間平均)
PV: ページビュー数 (月間平均)

リフォーム事業者の営業手法もコロナ禍によって見直しが進んでいる。従来手法の相談会イベントは開催規模や頻度も制限され、集客には限界がある。そこで改めて注目が集まっているWEB集客。特に顕在化したリフォームユーザーと接点を持てるマッチングサイトは、昨年以降、問い合わせも増加している。今回はリフォーム関連マッチングサイトを一覧で紹介する。

SUUMO (SUUMORリフォーム)

紹介するエンドユーザーの条件を事業者側で設定できるため、効率的に集客が可能。また、加盟会社のステータスにもなるよう加盟審査基準を厳格に。成約客から口コミ投稿をしてもらえるサービスをリリース。

水, 外, 大

初期費用	非公開	UU	非公開
年間利用料	非公開	PV	非公開
紹介手数料	非公開		
成約手数料	非公開		(リクルート住まいカンパニー)

SUVACO

登録社数 | 1,275社

30～40歳代の一次取得層が主なユーザー層で、フルリノベーションを検討する大型の案件がメイン。戸建ての相談件数が増加を続け、成約平均単価も893万円と大きく上昇傾向に。

間, 不, マ, 大, 耐震・断熱・リノベor建て替え

初期費用	なし	UU 422,000	
年間利用料	なし	PV 980,000	
紹介手数料	なし	(SUVACO)	
成約手数料	工事請負金の5%、設計監理料の10%		

ハピすむ

コールセンターを設置し、実行率の高いエンドユーザーを送客できるようにしたり、事業者側が案件を選べるなどの登録企業の営業効率向上を考えたサービスが充実。大型リフォーム(500万円以上)の集客実績が増加。

水, 内, 間, 新, マ, 大, 小

初期費用	非公開	UU	非公開
年間利用料	非公開	PV	非公開
紹介手数料	非公開		
成約手数料	非公開		(エス・エム・エス)

ホームプロ

登録社数 | 1,201社

紹介案件数は、約6万6千件/年と圧倒的。利用会員数は累計85万人を突破。加盟店へのオンラインサポートを強化。営業担当からのフォローやWEBセミナーを開催し、登録企業の成約率向上のための支援を多数実施している。

水, 外, 内, 間, マ, 大, 小

初期費用	25万円	UU 544,351	
年間利用料	8.4万円	PV 2,148,076	
紹介手数料	希望予算で変動(0～500円)	(ホームプロ)	
成約手数料	最終請負金額により変動(0～6%)		

リショップナビ

登録社数 | 2,158社

集客量は前年比120%以上の成長を遂げ、国内最大級のポータルサイトに。社内のコールセンターで個人情報や施工内容をヒアリングし、事業者側の効率を高める。またアポイント率、成約率の改善提案などのフォローも実施。

水, 内, 間, マ, 小

初期費用	非公開	UU 1,201,549
年間利用料	非公開	PV 2,858,880
紹介手数料	非公開	
成約手数料	非公開	(じげん)

リノベリす

登録社数 | 83社

雑誌『リライフプラス』(扶桑社)との協業によるリノベーションに特化した情報サイト。編集部から紹介するため、自社発信とは異なる中立的な立場からの情報を得られるという点で顧客から安心感と信頼を得られやすい。

間, 不, マ, 大, 耐震・断熱・リノベor建て替え

初期費用	10万円	UU 54,000	
年間利用料	なし	PV 150,000	
紹介手数料	なし	(SUVACO)	
成約手数料	工事請負金の5%、設計監理料の10%		

LIXILリフォームコンタクト

2020年度は、物件数、見積数、成約数など前年を大きく成長。加盟店向けにオンラインセミナーを開催し、ユーザーニーズに即した施策の実施、顧客満足の実現する施策を行なう。

水, 内, 大, 小

初期費用	6万円	UU	非公開
年間利用料	6万円	PV	非公開
紹介手数料	500円		
成約手数料	なし		(LIXIL)

リフォーム評価ナビ

登録社数 | 993社

登録事業者の顧客対応力と情報発信力の向上を目的とした『教育セミナー』を定期的に開催。1社に絞った見積依頼が約40%と相見積もりの確率が低く、確度の高いユーザーからの反響が期待できる。

水, 外, 内

初期費用	2万円	UU	非公開
年間利用料	2.4万円	PV	非公開
紹介手数料	なし		
成約手数料	なし		(住まいづくりナビセンター)

リリフォ

1都3県を中心に集客を強化。最近、埼玉県内の案件が増加。最大で2社を現地調査の日程調整を行った上で紹介。固定費と手間をかけずに見込みの高い案件を受注できる。

水, 外, 内, 間, マ, 大, 小, 火災保険利用工事

初期費用	なし	UU	非公開
年間利用料	なし	PV	非公開
紹介手数料	なし		(Good News)
成約手数料	最終請負金額により変動(0～10%)		

運営会社側の営業支援強化

非対面でのリフォーム集客・営業手段として有効なリフォームマッチングサイト。コロナ禍以降、案件数が増加しているサイトも多数ある。近年の傾向は、利用するエンドユーザーと登録しているリフォーム事業者のミスマッチを防ぐことなどを目的とした営業支援体制を強化している運営会社が増えている。問い合わせのあったエンドユーザーをダイレクトに登録企業に繋げるのではなく、最初の段階で運営会社側がコールセンターを設け、自社の社員や外部の専門家を活用し、希望する工事の内容や築年数などの基本情報をエンドユーザーからヒアリングする。こうすることで、ユーザーの要望に適したリフォーム事業者をマッチングすることができただけでなく、登録事業者側にとっても無駄なメール対応や相見積もりに時間を割かれることもなく、成約率を高めることができる。さらにその上を行く手厚いサービスを展開しているサイトもある。「リリフォ」は、現地調査の日程調整まで運営会社側で行った上で紹介。登録企業は固定費を一切かけずに見込みの高い案件を受注できる。

また、成約率を高めるためのフォローアップとして、登録事業者向けにWEBセミナーを実施している運営会社もある。「ホームプロ」では、加盟店へのオンラインでのサポートを強化しており、営業担当からのフォローやWEBセミナー開催などを実施。案件を成約に結び付けるための細かい支援をしている。また、同社では、サービス面では希望するお客様に対して電話での会社紹介サービスを展開。実際成約率も高まっており、今後同サービスは拡大予定だ。

便利屋情報サイトでリフォームの引合

加盟店大募集!

只今全国に870店舗

本業に家電販売をプラスしませんか

【新聞販売業・リフォーム業・ガス販売業・引越業どんな本業にもプラスできます】

売れる3大ノウハウ

安心の3大0円システム

修理・工事・販売の研修もお任せ

① 自身ありの仕入

② 充実の販促ツール

③ 豊富な情報こそ命

① 在庫リスク0円

② 初期投資0円

③ 加盟金0円

① 修理・工事の研修で

② 販売研修は既存店でバッチリ!

お問合せ資料請求は

株式会社 アトムチェーン本部

0120-54-8419

大阪市羽曳野市野々上4-6-5

アトム電器

検索

http://www.atom-denki.co.jp

調査概要 本企画はリフォームマッチングサイトの運営会社にアンケート方式で調査を実施し、回答結果をまとめたもの。調査対象期間は2020年1月～12月。ユニークユーザー数、ページビュー数ともに月間平均の数値。ユニークユーザー数はサイトを閲覧した“人”の数（1人が2ページ閲覧した場合は1とカウントする）※アクセス解析ツール「Googleアナリティクス」の場合、各月の“ユーザー”を合計して12で割ったもの。ページビュー数は閲覧された（表示された）ページの回数。リフォーム見積・相談件数についても、2020年1月～12月の月間平均。ランキング掲載については、回答のあったサイトのみを反映している。

■専門工事のマッチングサイト

AMILIE

登録社数 | 1,000社

ペットと暮らす住まい向けの情報サイト。本サイトとのメディアミックスで「AMILIE MAGAZINE」を3月に発刊。全国の動物病院などに設置。全国40都道府県にアドバイザーを配置し対応するなどの連携体制を強化。

水, 内, 間, 新, 不, マ, 大, 小, ペット, リフォーム

初期費用	7.15万円	UU	7,436
年間利用料	なし	PV	19,356
紹介手数料	なし		
成約手数料	なし		(愛犬家住宅)

グリエネ

登録社数 | 1,271社

コールセンターにてユーザー情報を全件確認後、全国の販売施工店に紹介。紹介後も必要に応じて案件対応のサポートをしていることが強い。

太陽光発電システム

初期費用	非公開	UU	47,756
年間利用料	非公開	PV	82,040
紹介手数料	非公開		
成約手数料	非公開		(じげん)

見積り件数ランキング

1位 リショップナビ 7,509件

2位 ホームプロ 5,481件

3位 家仲間コム 4,274件

4位 ミツモア 3,000件

4位 Zehitomo 3,000件

ソーラーパートナーズ

登録社数 | 568社

紹介案件が成約に至らなかった場合、費用は発生しない。加盟金も無料。

太陽光発電システム

初期費用	なし	UU	198,647
年間利用料	なし	PV	534,844
紹介手数料	なし		
成約手数料	非公開		(ソーラーパートナーズ)

■ライフサービス系マッチングサイト

NEW

くらしのマーケット

ハウスクリーニングや家事代行、不用品回収、引っ越しなどの生活サービスに加え、簡易的なリフォームなど多数のカテゴリーに渡るサービスを提供。利用者は、サイト上に掲載された登録事業者の口コミや料金情報を比較検討し、ダイレクトにやり取りを行う。

(みんなのマーケット)

タウンライフリフォーム

コロナ禍の影響でエンドユーザーの登録数が拡大。需要過多に。事前に対応可能なリフォーム内容・市区町村・住宅タイプ等の設定ができることで、ミスマッチを防いでいる。

水, 外, 内, 間, 新, マ, 大, 小

(タウンライフ)

ミツモア

登録社数 | 2,000社

累計4000事業社が利用、サービス領域でも1万サービス領域で使われている。独自開発の自動応募システムが好調。個人のリフォームだけでなくホテルや不動産管理会社、医療・介護系などの法人からの依頼も2～3割と多い。

水, 内, 小

(ミツモア)

■外壁塗装リフォームマッチングサイト

外壁塗装コンシェルジュ

登録社数 | 499社

リショップナビと同じじげんが運営。昨年11月にブランディングテクノロジーから譲渡。現在は、リショップナビのノウハウを生かしながら、集客やオペレーションの改善に着手。

外

初期費用	非公開	UU	非公開
年間利用料	非公開	PV	非公開
紹介手数料	非公開		
成約手数料	非公開		(じげん)

外壁塗装パートナーズ

登録社数 | 913社

事前にアドバイザーがユーザーと面談し、現地調査のアポイント取りまで実施することで、質の高い案件紹介を実現。今年3月より新たに屋根工事パートナーズ、外構エクステリアパートナーズの2サイトの立ち上げを予定。

外

初期費用	なし	UU	84,837
年間利用料	なし	PV	182,049
紹介手数料	なし		
成約手数料	非公開		(ソーラーパートナーズ)

外壁塗装ほっとらいん

登録社数 | 200社

運営会社のスタッフがヒアリングを行ったうえで、希望施工内容にあった加盟店に案件を紹介し、成約率を高めている。現在、サイト内に加盟店専用の紹介コンテンツを準備中

外

初期費用	なし	UU	70,000
年間利用料	なし	PV	100,000
紹介手数料	なし		
成約手数料	成約金額の20%		(Vitatechnology)

ヌリカエ

登録社数 | 2,069社

毎月3000人以上のリフォームユーザーからの問い合わせに専門オペレーターが対応。要望を確認した上で事業者を紹介。昨年、サイトをリニューアル。外装だけでなく、内装・水回りリフォーム集客も拡大。

水, 外

初期費用	なし	UU	600,000
年間利用料	なし	PV	840,000
紹介手数料	非公開 施工内容に応じて異なる		
成約手数料	非公開 工事内容に応じて異なる		(Spee)

ぴたっと外壁

登録社数 | 500社

愛知県の塗装工事会社が運営会社。多数寄せられていた県外からの引き合いを有効に生かすことが目的のため、手数料は紹介料のみで紹介する業者も最大3社までと決めている。契約にいたる案件が多いのも特徴の一つ。

外

初期費用	なし	UU	非公開
年間利用料	なし	PV	非公開
紹介手数料	8,000円		
成約手数料	なし		(にしやま)

プロヌリ

登録社数 | 1,039社

集客量は前年比200%以上の成長を遂げている。社内コールセンターで個人情報や施工内容をヒアリングし、効率的な集客を実現。また、各加盟店へのアポイント率、成約率の改善提案を実施している。

外

初期費用	非公開	UU	非公開
年間利用料	非公開	PV	非公開
紹介手数料	非公開		
成約手数料	非公開		(じげん)

リフォーム業界の集客サイトは、専門家の紹介が主で、消費者のニーズに合わせた提案が少なく、集客の質が低いという課題がある。プロヌリは、専門家の紹介だけでなく、消費者のニーズに合わせた提案を行うことで、集客の質を向上させている。

SITE (サイト) は情報共有が強みの、3つの機能でシンプルな現場管理システムです

チャット | スケジュール | 案件管理

Before

- 現場と話が噛み合わない
- 図面が古くて手戻りが発生した
- 担当者がいなくてわからない

After

- 写真や資料の共有がラクラク!
- 現場情報一元化で誰でもわかる!
- バージョン管理で常に最新の図面がわかる!

情報共有がラクになる! 大事なことがちゃんと伝わる!

無料トライアル実施中! ☎03-4567-6666

現場管理システム「SITE」は株式会社 CONIT が運営しています。株式会社 CONIT 〒112-0001 東京都文京区白山 2丁目13-4 吉野ビル 3F

CONIT SITE | 検索

管政権下で、中小企業の統廃合は進むのか?! 労働人口減少時代!中小企業の生存戦略

経営 Before⇒After

Vol.1

～ 船井総合研究所 ～

コロナ禍、リフォーム客層の世代交代、労働人口減少時代を迎え、リフォーム業界は「大転換期」を迎えています。この連載では2021年12月には勝ち組となるため、これまでの業務フローを改革していくためのポイントをお伝えしていきます。第一回目は、業界の現状と、今後の連載につながるDXのポテンシャルをまとめました。

リフォーム支援部の紹介

船井総合研究所リフォーム支援部は、「家を直す」施工会社を地域一番店化する経営コンサルティングを行っています。ビジネスモデル構築サポートによる業績アップも当然のことながら、DXによる事業の生産性向上や働き方改革など、業界の未来を牽引するグレートカンパニーづくりを支援しています。



リフォーム支援部
マネージャー
石田朝希

リフォーム業界全体を取り巻く3つの課題

①忙しい割に儲からない

社員は朝から晩まで懸命に働いているのに儲からない！

限られた経営資源で、最大の経営成果を

最後
は、リ
フォーム客

経営の悩みは、企業の規模やエリア、ビジネスモデルに関わらず、①忙しい割に儲からない、②個人管理が多すぎる、③次世代集客にできない、④現場調査、現場管理、アフターフォロー

その原因の最たるものに、リフォーム業界に蔓延する「前時代的商習慣」があります。本来「忙しいなりに儲かる」最も重要な時間は、お客様と接している時間。例えば、現場調査、現場管理、アフターフォロー

②個人管理が多すぎる
データ経営ができない

ことなく残ってしまい、いつまでも経っても忙しいわりに儲からない状態から抜け出せず、低利益構造が固着してしまっている。

この世代に対しては、業態、媒体、顧客接点の方法を最適化できない企業は、「昔は上手くいったのに、今は…」と頭を抱え、業績不振の只中にあることでしょう。

③次世代集客に
適応し続けられない

個人でのデータ集積は「ブラックボックス」を生み出し、経営判断を誤る原因となるだけでなく、従業員の不正の温床ともなり得ます。そのため、一連の業務プロセスを経営陣間で可視化したい企業は、近年増えています。

この世代に対しては、業態、媒体、顧客接点の方法を最適化できない企業は、「昔は上手くいったのに、今は…」と頭を抱え、業績不振の只中にあることでしょう。

往々にしてあるのです。

こういった「時間喰い虫」の仕事は、実は簡単に、場合によってはコスト0で時短できるのです。しかし、業界の「当り前のこと」として疑われる

個人でのデータ集積は「ブラックボックス」を生み出し、経営判断を誤る原因となるだけでなく、従業員の不正の温床ともなり得ます。そのため、一連の業務プロセスを経営陣間で可視化したい企業は、近年増えています。

この世代に対しては、業態、媒体、顧客接点の方法を最適化できない企業は、「昔は上手くいったのに、今は…」と頭を抱え、業績不振の只中にあることでしょう。

1などの際に新たな案件が発生します。

対照的に、移動や社内での書類作成などは、時間を消費するものの利益に繋がりにくい仕事です。例えば、お客様が振込やキャッシュレス決済に対応できるのにも関わらず、往復2時間もかけて集金に伺う。職人さんはスマホアプリが使えないからと、電話や来社打ち合わせのために、毎度毎度営業スタッフが現場から帰社している。

この潮流に、ついていけないとき、集客不振が表面化するのです。

「家直す」施工会社を地域一番店化する経営コンサルティングを行っています。ビジネスモデル構築サポートによる業績アップも当然のことながら、DXによる事業の生産性向上や働き方改革など、業界の未来を牽引するグレートカンパニーづくりを支援しています。

今は、自分が知りたいことは、スマホで調べることが当たり前。SNSや口コミサイト等で他のお客様と容易に繋がりが、評判をシェアしあうのも普通です。子や孫とのやり取りは、文通やメールではなく、LINEやMessengerなどのコミュニケーションアプリ。物の購入は、コロナ禍も相まって、あまり人と接触せずに通販で簡単に済ませたいのです。

この世代に対しては、業態、媒体、顧客接点の方法を最適化できない企業は、「昔は上手くいったのに、今は…」と頭を抱え、業績不振の只中にあることでしょう。

DX(デジタルトランスフォーメーション)とは

さまざまな解釈がありますが、「DX」に全く無縁の経営者でもイメージできることが大事です。【集客～アフターの各工程のデジタル化(オンライン・クラウド・AI等)により事業構造を変えること】が、DXです。

①DXは、業態転換

業務フロー全体のDXによる、オペレーション体制・人員配置・生産効率の変化があってこそ価値があります。

②DXは、CXとEXとセット

CX(顧客体験向上、顧客満足)とEX(従業員体験向上、従業員満足)はDXとセット。お客様も従業員も喜ぶDXが重要です。

③DXは、全体設計図しだい

場当たりの導入はNG。全体像を描いて効果試算し、影響が大きい箇所から着手します。

連載スケジュール

- ①経営Before⇒Afterの連載が始まります!
- ②デジタル活用で生産性を上げるために必要な3つのポイント
- ③DXに取り組む上で大切な全体設計図(DXジャーネーマップ)の作り方
- ④事例紹介 DXで生産性アップに成功した会社のビフォーアフター
- ⑤積算業務のデジタル化と具体的なツール活用事例
- ⑥オンライン営業・プランプレゼン・契約の実践方法とその効果
- ⑦施工管理をデジタルで効率化するとどうなる?
- ⑧オンライン施工管理 事例紹介
- ⑨受発注・支払いをデジタルで効率化するとどうなる?
- ⑩CRM・マーケティングオートメーション・インサイドセールスって何?
- ⑪社内コミュニケーション・グループウェアの活用事例

外壁塗装 専門のHP制作会社!

ネット集客なら、お任せください!
※各エリア1社様限定、先着順となります。

「外壁塗装 山梨」第1位(※)

「栃木 雨漏り修理」第1位(※)



- ✓ HP集客だけで、年間5,000万円の売上!
- ✓ 毎月10件の問い合わせ、成約率70%!
- ✓ 費用対効果はなんと100倍以上!

結果にコミットしたホームページ制作!
問い合わせが来なければ返金します!



オンライン商談もOK!
日本全国対応致します!

ホームページ制作 Lead 検索

(※)google.com検索 自社調べ 2021年1月1日現在

03-5291-6080 営業時間:平日9:30-18:30

リフォームコンテスト特集



▲窓からは山々を眺めることができる



◀金属サイディングに全て張り替えた外壁



◀リフォーム前の状態



フレッシュハウス

〔神奈川県横浜市〕

リノベーション協議会（東京都渋谷区）が主催するリノベーション・オブ・ザ・イヤー2020で、初めての総合グランプリを獲得したのが、前期リフォーム売上高約80億円のフレッシュハウス（神奈川県横浜市）だ。受賞物件は「リモートワーカーの未来形。木立の中で働く。住まう。」。お客のニーズをしっかりと引き出し、5年前からフルリフォームを強化した成果が出た。

シンプルさ追求のリノベ

今回の物件は、山梨県内にある元々別荘だった1階建て、58平米の平屋。築50年以上経っており、物件自体には施主の母が住んでいたが、母が亡くなって以降は空き家になった。施主はそれまでも3カ月、半年に1回来て、掃除やメンテナンスをしていた。「しかし調査時点で雨漏りが出た。家族内で物件を手放すかどうか話し合っていたと聞きます。建て壊しも検討しましたが、幼少期に避暑地で使っていた思い出の場所で、なくすのは寂しい。プログラマーでリモートワーカーである施主が本物件に住み、壁がクロス仕上げ。リビ



中村秀社長

築50年超え別荘をリノベ

「家族内で物件を手放すかどうか話し合っていたと聞きます。建て壊しも検討しましたが、幼少期に避暑地で使っていた思い出の場所で、なくすのは寂しい。プログラマーでリモートワーカーである施主が本物件に住み、壁がクロス仕上げ。リビ

「施工事例が増えれば、ホームページの魅力アップ、件数増加にもつながると考えています」（中村秀社長）

「一番苦労したのは天候。4月1日から工事着手でしたが、初日に吹雪にあっけしな延期になりました。結局、7月の海の日の前日に引き渡すことになりました」

また断熱性と耐震性を強化した。木製の外壁や屋根を全て金属サイディングに張り替え、天井、床、壁に硬質ウレタンフォームを吹き付け。窓は全てペアガラスに取り換えた。施主からも「暮らしやすさ、快適になった」と喜んでくれたと好評だ。施工金額は約1000万円。

同社は5年前から、1000万円以上のフルリフォーム強化を行っている。原則1000万円以上のリフォームしか手掛けないリノベーション課を立ち上げ、2019年にリノベーション協議会に加盟。SUMOやリフォームコンパス、自社ホームページにもフルリフォーム事例を出し、実績を積んできた。また、年50件のリフォーム作品コンテストなどへの出品を目標に掲げている。

それからは、年10、15件ほどあった1000万円以上のリフォームは、5年で計150件に増えた。昨年は、「第1回RoomClip全国理想の住まいコンテスト」で、1000万円以上リフォーム部門で最優秀賞を受賞するなど、成果を残し始めた。



ハピすむ
リフォーム

では、

このようなお施主様の 現地調査がスグできます！

point!

現地調査までの営業の手間がかかりません！

- ハピすむがお客様への状況聴取、現地調査のアポ取得を代行！
- スマホ、PCで現地調査可能な日時を登録するだけ！
- 現地調査までのメール、電話営業は一切不要！

リフォーム紹介例

完工希望時期

半年以内の完工をご希望です。

物件の種類

戸建て・木造2階建て（築年数約25年）

ご予算

600万円前後でご検討中。

ご希望
リフォーム内容

【リフォームの動機】

ご両親の家に同居される予定のため。

【リフォーム希望箇所】

- ①水回りのリフォーム
- ・キッチンの交換を検討中。
- ②内装のリフォーム
- ・壁紙、床の張替えをご希望。
- ・間取り変更も検討中で、可能かどうか含めご相談されたいとの事です。

現地調査希望日

2月22日13～18時 or 2月24日13～18時

詳しい資料をご希望の方はこちらまでご連絡ください！

03-6777-0221

営業時間 9:00～18:00（土日祝日除く）

info@hapisumu.jp



株式会社エス・エム・エス

〒105-0011

東京都港区芝公園2-11-1 住友不動産芝公園タワー

【個人情報利用目的】 個人情報は弊社が提供するサービスの資料送付やサービスのご案内などに利用致します。 (C)SMS Co., Ltd.

内と外のつながり感じる空間に

徳島県でエクステリアやガーデンの設計、施工、販売などを手がけるのが橘（鳴門市）だ。同社は数々のコンテスト受賞歴を誇り、LIXILエクステリアコンテスト2020「エクステリアリフォーム部門」では金賞を受賞した。同作品の工夫などについて聞いた。

橘 [徳島県鳴門市]



同物件は2016年、同社がファサードや車庫をLIXILのプラスGなどでコーディネートした。今回のガーデンリフォームでは、全体の統一感を出すために色を合わせている。リフォーム前

商材組合せて
オリジナリティを

は芝生が敷き詰められたガーデンだったが、リフォーム後は応接間から広がる石貼りのガーデンリビングへと生まれ変わった。

LIXILのGスクリ

「お隣さんがすぐ隣に建っているの、塗り壁な



悦見一生社長

ンで全体を自隠しし、LIXILのウォールスクリーンを応接間の正面に配置。外を眺めた時に建物内部からのつながりを感じられる空間になった。

どのすると将来汚れた時、お隣さんの敷地に入らないとメンテナンスができません。そのため、汚れにくく長持ちする素材を選びました」

また、Gルーフでつ

った軒は、高さをあげて

浮遊感を演出するなどの

さまざま工夫を凝らし

ている。

家族で過ごせる空間に

施主のリフォームの要

望は庭を使えるようにし

たいというもの。悦見社

長は「これまでなかなか

お庭を使う機会がありま

せんでした。例えばお子

さんが遊べるスペースに

したり、お客様が来た時

にお庭のスペースを活用

したりなどができた良

いなど。そのためお庭を

広く使えるような提案を

しました」と語る。

リフォーム後は家族で

過ごせる空間に。狭い庭

が広くなったように感じ

ると施主から喜びの声が



▲LIXILのウォールスクリーンを応接間の正面に配置した



▲リフォーム後はアーバンな雰囲気のガーデンリビングに



▲リフォーム前は一面芝生だった

アーバンなガーデンリビング演出

「元々応接間はご主人の趣味の部屋のようなものでしたが、今では家族で応接間にいることが多くなり、お庭ではお子さんがプールで遊んだり、奥さんがガーデンニングを楽しんだりされているそうです。また、応接間とガレージだけの空間が庭にも広がって、非常に広い空間ができたと言っています」

広告

細かい原価管理で粗利35%を維持 会社の成長に欠かせない「SAKSAK」

福島県・宮城県を地盤にリフォーム事業を手がけるオノヤ(福島県)は、現在13店舗を展開し、リフォームの売上は40億円。粗利率は35%を保っている。同社の成長において欠かせない存在がある。DATAKIT(兵庫県神戸市)が提供する統合管理システム「SAKSAK(サクサク)」だ。小野浩喜社長は「SAKSAKがなかったら数字を把握できず、粗利も維持できなかったです。感謝しています」と語る。

「予備原価」という発想を 教えてくれた

同社がSAKSAKを導入したのは2006年のこと。ちょうど2店舗に増えた頃だった。それまで一件一件手書きで原価管理を行っていたが、店舗が増えたときにとっても管理ができなかったと考えることが導入の理由だ。「店舗が分散していっても一元管理できるところに惹かれました。店舗が離れていても原価の管理を本部集中でできたので、経理部門も助かりましたね」と小野社長は振り返る。導入当時の営業マンは10人ほどだったのが、今では100人を超える。会社の急成長を支えたのがこのシステムだった。

リフォーム業に特化しており、「原価管理に関する仕組みがしっかりしている」という。まず、見積もりと積算の両方の計画値が入られること。「指標が2つあることを理解している。積算した金額をベースにし

て発注ができます」と小野社長。

そして、予備原価を設定できること。実際に工事にかかった金額の、例えば10%を予備原価として取っておくことができる。営業マンは予備原価を引かれた粗利で認識し、粗利の目標を達成できるように動く。「リフォームでは原価を見通せません。SAKSAKが予備原価という発想を教えてくださいました」と小野社長は語る。

営業マンの着工前準備も 一目瞭然

システム上では現場ごとの粗利が一目瞭然。計画より粗利が低い場合にはアラートが出るので、工事が終わってマイナスだった、ということがない。そして、営業マンがすべて発注を終えてから工事を始めているかも確認できる。「リフォームでは予め金額を決めるのは難しく、発注しないで始まってしまうことがありますが、最終金額を握らないといくら



オノヤ 小野浩喜 社長

たっても粗利は改善されません。早めに準備を始めれば、事前に職人に現場を見せて話し合うこともできる。着工前準備を怠っていないか見えています」と小野社長は語る。こうすることで営業マンの意識も変わったという。「SAKSAKの処理をきちんとやる人は粗利が下がらないですよ。逆に入力ルーズだと粗利が下がります」。完工後はロックして、原価を入れられなくなるため、サービス工事ができ

ないようにもなっている。また、現場ごとの粗利が明確に見えるため、インセンティブの計算なども楽に行うことができる。コロナの影響を受け案件が減る中で、SAKSAKを見る機会が増えたという。「案件が少なくなると1つ1つの現場が今まで以上に大事になります。発注を慎重にするようになりミスもなくなりましたし、2%くらい粗利率が上がりました」と小野社長は語る。

お問い合わせ

SAKSAK
リフォーム統合管理システム

▼WEBサイトはこちら

saksak

www.saksak-web.jp



078-393-8585
営業時間：10:00～18:00(日・祝日定休日)

▼Facebookはこちら

リフォーム経営
コンサルジュ

いいね! コメントお待ちしております!



営業活動、顧客情報の管理を徹底



生活協同組合 アイネットコープ埼玉
藤田 淳 理事長

業務改善

リフォーム売上約9億円のアイネットコープ埼玉（埼玉県さいたま市）は営業活動、顧客情報の管理を強化している。問い合わせや商談の対応をスムーズにするためだ。藤田淳理事長に、同社の取り組みを聞いた。

同社はシステムで営業スマーズになる。例えば、電話対応の質の向上が期待できる。各営業担当者の商談の進捗段階が分かる。現場調査、見積もり、契約、着工、完工といった段階で状況を管理。どの案件が、どこまで進んでいるのか、一目で分かるようになっている。これによって社内での進捗確認がしやすくなり、顧客対応が

「お客様からご連絡が来た時、電話対応のスタッフが商談進捗状況を把握できるように、スマーズに案内ができます。例えば、お客様へ『見積もりをご覧になっていただけましたか』と一言声掛けしてから担当者へ繋げ

また、過去にリフォームした顧客の情報も管理している。現在地の周囲に、その営業マンが担当する顧客がどれくらいいるかも分かる。例えば、商談している場所の近くに、外壁塗装をしてから10年経っている顧客がいるといった情報も確認ができる。これを活用して、営業マンは近隣のO Bなどに声掛けすることが

今後の課題は顧客情報の活用だ。「直近で大きな価格の工事をしたお客様と、小さな工事をしたお客様では、ご案内の内容など、アプローチ方法も違うと思います。問い合わせ内容や、工事内容といった情報をお客様への提案に活用できるように、取り組んでいきます」（藤田理事長）

施工写真の管理で品質向上

に塗装リフォームはお客様が確認したくても確認できない箇所が多いです。しっかりと施工の履歴を保管することで、施工従事者の工事に関する責任感は向上したと思います。施工写真を撮影することが習慣化していくことで品質は保たれ、そこから工事現場の品質の均一化に繋がっていくと考えています」

さらに、顧客からの問い合わせ情報も管理する。具体的にはDMやメールなどの販促から来た問い合わせの履歴を保管している。「イベント時にアンケートを回答してくださった方なども顧客管理の対象と考え、保管しています」

システム管理を始めたのは昨年10月から。セー

ルフォースやANDP ADを本格的に使い始めた。

システム管理を始めたのは昨年10月から。セー

ルフォースやANDP ADを本格的に使い始めた。

システム管理を始めたのは昨年10月から。セー

ルフォースやANDP ADを本格的に使い始めた。

システム管理を始めたのは昨年10月から。セー

ルフォースやANDP ADを本格的に使い始めた。

システム管理を始めたのは昨年10月から。セー

ルフォースやANDP ADを本格的に使い始めた。

システム管理を始めたのは昨年10月から。セー

ルフォースやANDP ADを本格的に使い始めた。

工事ごとの施工現場写真も管理する。外壁塗装なら、元からの傷や付帯物など、細かい状況も写真撮影する。「施工の面で、お客様が不満や疑問を感じられた時に、しっかりと工事現場の状況をお伝えすることができま

また、施工品質の向上にも繋がっている。「特

す」（藤田理事長）

システム管理を始めたのは昨年10月から。セー

ルフォースやANDP ADを本格的に使い始めた。

システム管理を始めたのは昨年10月から。セー

ルフォースやANDP ADを本格的に使い始めた。

システム管理を始めたのは昨年10月から。セー

ルフォースやANDP ADを本格的に使い始めた。

システム管理を始めたのは昨年10月から。セー

ルフォースやANDP ADを本格的に使い始めた。

システム管理を始めたのは昨年10月から。セー

ルフォースやANDP ADを本格的に使い始めた。

システム管理を始めたのは昨年10月から。セー

ルフォースやANDP ADを本格的に使い始めた。

システム管理を始めたのは昨年10月から。セー

たった1時間で最新SNS活用とWEBマーケティング手法を学ぶ

リフォーム産業新聞
The Japan Journal of Remodeling

Panasonic
リフォームClub

オンライン
参加
無料

開催日時

2/16,17
両日16:00~17:00

参加対象

首都圏の建築・リフォーム事業社

※対象者以外からお申込みいただいた際はお断りさせていただくケースもございます。

参加方法

下記のQRコードまたはURLからお申込みください。

<https://reform-club.panasonic.com/business/seminar/>



共催 リフォーム産業新聞社
PanasonicリフォームClub

リフォーム超ノウハウセミナー 「WEB集客・マーケティング編」

300店舗展開する
PanasonicリフォームClubの
①ノウハウ完全公開！



パナソニック
リフォーム政策推進部
部長 谷口剛司



リフォーム産業新聞
報道部長 福田善紀

セミナー内容

- 1 LINE活用によりコスト0円で顧客を囲い込む手法
- 2 Instagramで集客をアップするイメージアップ戦略
- 3 YouTube広告が4分の1のコストで出せる!? 意外と知らない補助金活用術
- 4 費用が無料?実績につながるHPの作り方
- 5 リモート商談を実現するCADシステム活用術
- 6 15秒で144のプランニング! アクティブシニアの需要開拓する「フタリフォ」

お問い合わせ先 株式会社リフォーム産業新聞社 担当：福田 fukuda@the-reform.co.jp

ダイケンリフォーム (新潟県新潟市)



番場 和也さん

番場さんの

粗利アップ術

- 1 2時間に及ぶ建物診断で、見積もり項目の抜けを防止
- 2 古い資料は発注ミス元。情報を常に更新する
- 3 防衛策を講じ、泣き寝入りをせずお金をしっかりもらう

成功事例に学ぶ

粗利率の改善ノウハウ

せっかく獲得した案件も、工事ミスや商品トラブルが相次いで、蓋を開けたら、低い粗利率に愕然としたり、徒労感を覚えたりすることはないだろうか？ ミスや失敗を防ぐ仕組みづくりを今すぐ行い、大切な粗利率を確保しよう。

専用ファイルで常に最新の情報を更新

何回も打ち合わせを重ねていくと、施主が何回か前の商談で使った古い図面や資料を元に話していることがある。お互いの認識が違うまま商談が進んでしまうと、ミスやトラブルの発生に繋がる。

そこで、番場さんは専用のファイルを準備。打ち合わせの度に最新の資料に差し替え、古い方の資料は施主宅で紛れて混乱を招かないように回収する。『『こっちは商品が入ると思っていた』と言われたら、商品発注後でも会社側の費用負担で再発注することになりかねません。話している内容がちぐはぐにならないように注意しています』



古い資料は回収してしまうことがポイント

「この人なら間違いない」 厚い信頼で粗利率が向上

2時間に及ぶ建物診断で 信頼度アップ

年間1億5000万円を売り上げる、リフォーム営業歴12年目の番場さんは、顧客との厚い信頼関係を作ることで値引きや相見積もりを回避し、粗利率を向上させた。以前は、30%前後の粗利率だったこともあるが、さまざまな工夫で業務改善を行うことで、現在目標粗利率が35%のところに平均で33.5%を維持している。

「お客様に自社を選んで頂くには、この営業マンなら間違いないと思ってもらうことがとても重要です」。同社では、現場調査時に建築士の資格を持つ施工管理のスタッフと一緒に2時間に及ぶ建物診断を行う。そこで、他社が指摘しないような部分まで把握。建物の良い部分も悪い部分も包み隠さず話すことで、信頼度がアップし、値引きの要請や相見積もりはほとんどなくなったという。

言葉かけを工夫し 施主をマインドセット

現場調査の際、番場さんはまず施主に、建物の良い部分を伝えるようにしている。「お客様の中には、自宅を安普請なのでは？ と不安に思っている方もいるので、意識的に褒めることで、『良い家をリフォームして大切に住もう』というマインドに変えていただきます」。これにより、単純な設備の入れ替え工事だけで

はなく、大規模なリノベーションに発展することがある。また、建物診断の際はお客様に「良いことも悪いことも包み隠さずお伝えしていいですか？」と事前に承諾を得ておく。これによりお客様も言葉を受け入れてくれやすく、またただの営業マンではなく、住宅の専門家として見てくれるようになる。

この時点で 営業マンではなくなる！



着工前までに 仕様を固め 職人の手を 止めない

着工したのにプランの仕様が決まっていなかったり、職人の手を止めてしまったり、想定していた工事内容からずれてしまったりすることがある。手直しが発生しようと結局人工代が高くなるので、着工前に仕様を確定させておく。

締め切りを伝え 「間に合うと 思った」を防止

商品発注後に、施主から商品変更のお願いを受けてしまうことがある。「お客様から『もう商品を変えられないなんて聞いてなかった』と言われてしまったら、変えざるを得ないことがあります」。そのため、商品発注のスケジュールを伝え、商品変更するならばこの日までにと明確に伝えるようになった。

難しい庭・外構のリフォーム提案も このアプリで解決！

詳しくは動画を
ご覧ください

無料のARアプリ メタバガーデン

スマホ/タブレットをかざすだけで、
庭・外構商品を試し置き！

無料で
ダウンロード！



OS : iOS11.0以降
対応機種 : iPhone6s~、
iPad (第5世代~)、iPad mini(第5世代~)、
iPad Air(第3世代~)



対応機種 : ARCore対応端末
(pixel, Galaxy, Xperia, AQUOS等)



エバーエコ®ウッドリアル

天然木の風合いを再現した人工木デッキ

POINT!
ローメンテナンスで
お手入れ簡単！

詳細はこちら

庭・外構リフォームに役立つ情報満載！

スペシャル動画を公開中！

リフォーム業界の目線で
タカショーの新提案＆新商品を解説！



ゲスト 株式会社リフォーム産業新聞社
報道部長 福田善紀氏

やすらぎのある空間づくり
株式会社タカショー

本社：和歌山県海南市南赤坂20-1 Tel.073-482-4128(代)
東京本部：東京都千代田区神田駿河台2-9 Tel.03-5244-5650(代)

賃貸物件向け定額制リフォーム「イメチェン」を手掛けるココテラス（東京都港区）は、YouTubeを活用して2つの新たな事業を進めている。今年、YouTube動画を活用した賃貸リフォーム営業マン向け動画研修を発表。さらに、実需向け定額制リフォーム「イメチェン・ネクスト」も発売する。

YouTubeで研修事業開始

実需向けリノベも開始

YouTube活用

ココテラス

【東京都港区】



▶ 同社のYouTubeチャンネル



篠原昌志社長

全動画5分以内、月1万2000円

まず強化するのが、研修事業。2月、YouTube内で賃貸リフォームに関する研修動画を視聴できる「リノベの学校」をオンラインで開校した。対象は、賃貸リフォームを手掛ける企業、入社して間もない営業マンやこれからリフォーム事業をしたい、目指す人。費用は月額1万2000円で、事業所単位でも個人アカウントでも登録可能。月額で払っているメンバーシップのみが視聴できる仕組みだ。

動画のコンテンツは、賃貸リフォーム全般に関する幅広い内容になる。基礎、営業、税金対策など項目に応じて分けており、最初は基礎編の動画50〜60本をYouTube内にアップロード。例えば「リフォームの基礎知識」では部屋の構造や名称、各箇所のリフォームやチェックポイント、和室の各箇所の名称等を伝える。

「特徴は、動画を全て5分以内に統一している点」と、篠原昌志社長は語る。それは、時間がなくて見られないという声をなくするため。「5分なら、休憩時間や電車の移動途中でも見ることができるはず。10分かかるとなると半分になります」

2019年から行っているリアル研修「リノベの学校」では、3日間での実施からの相談も増え、登録者3000人超のYouTubeチャンネルを通して、賃貸オーナーだけでなく一般の施主からの相談も増えた。受注金額で初年度1億円はいきたいです」

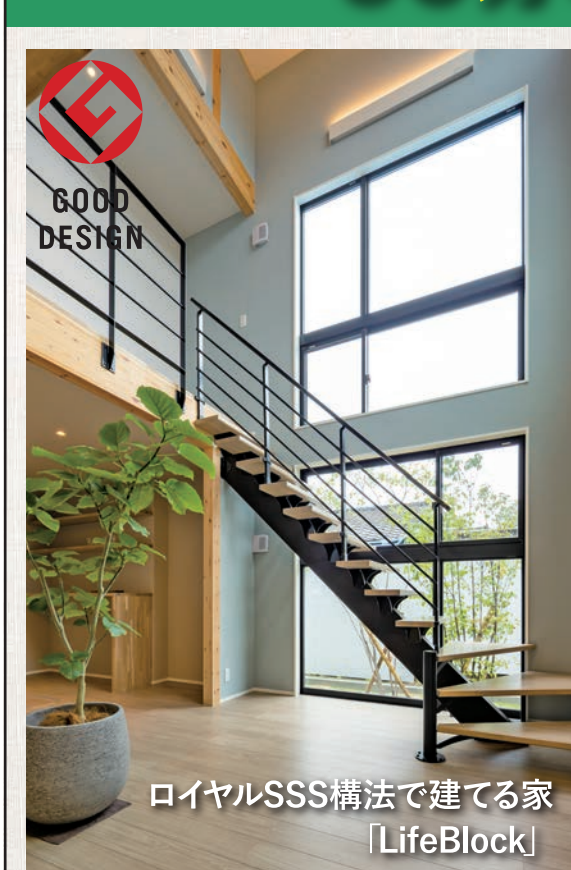
1万円、全3部構成で行っていたが、コロナウィルスの感染拡大を受け中断。

その代わり、オンラインで受講できるよう、自社YouTubeチャンネル「イメチェン・ネクスト」を開発した。



現在、リフォームの問い合わせのうち3分の1を実需向けが占める。そこで、実需向け定額制リフォーム「イメチェン・ネクスト」を開発した。

「営業」から「販売の仕組み」へ “年間20棟を売るための3つの秘訣” 90分オンラインセミナー



ロイヤルSSS構法で建てる家「LifeBlock」

大好評「年間20棟を売る営業マンの10分間オンライン見学会」の様子を大公開！すぐ実践できる3つの秘訣教えます。

＼こんな工務店・ビルダー経営者様、是非ご参加ください／

- ✓ コロナ禍でお客様と会わずに商談したい
- ✓ 営業マンの商談力を上げたい
- ✓ 動画の上手な撮り方を知りたい
- ✓ モデルハウスがなくても見せられるものが欲しい
- ✓ 年間20棟を売る営業マンの「1回の商談で契約を決める」手法が見たい

PC・スマホから簡単にご参加いただけます

セミナー日時

2/16 (火), 18 (木), 24 (水), 26 (金)

参加費 無料

- ① 10:30～12:00
 - ② 14:00～15:30
- どちらも同じ内容です

お申込みはこちら→
※事前申込制
※お申込み後に参加方法をご案内します。



ロイヤルハウスでは、新規事業のスタートアップ支援はもちろん、販売促進支援としてオンライン研修会や電話サポートによる集客・営業・法律などさまざまなサポート、建築技術・新築系資材やサービス提供を行っています。

ロイヤルハウス

0120-6186-21
Mail royal@royal-house.co.jp

愛知県名古屋市中区丸の内3-20-3
BPRプレイス久屋大通4階

ロイヤルハウス セミナー



クローゼット リフォームのアイデア

理想の収納
スタイルを
カタチにする

毎日のコーディネートが楽しくなる機能的で美しいクローゼット事例をご紹介します！

ショッップのファサードのような 「見せるクローゼット」

LDKに入ると、ガラスの向こうに洋服が並んでいるのが見える。ウォークインクローゼットというより、ショッップのファサードのようで、収納力も抜群。シンプルなアイアンのハンガーパイプやスポット照明、床材の選定にもこだわり、デザイン性と機能性をバランスよく両立させた。

LDKに隣接した ガラス越しのクローゼット



シンプルハウス

●大阪府大阪市

プランナー

向谷 直記さん



回遊できるよう ハンガーパイプを 中央に設置

中央のアイアンのハンガーパイプを中心に、使い勝手よく回遊できるように設計。

インテリアになじむ ベージュの壁と ヘリンボーンの床

壁の薄い色味のベージュと、床のヘリンボーン柄はご主人の希望。リビングのインテリアとも違和感ないデザインに。床はフロアタイルにすることで、コストダウンも実現した。

クローゼットの奥に デスクスペース

クローゼットの奥に作ったデスクは、リモートワークで大活躍。ガラス張りの窓際にあるので明るく、気持ちよく仕事に取り組める。

収納 point

洋服はジャンル別に整然と並べ、Tシャツやシャツ、ズボンもすべてショッップだたみ。洋服選びが楽しくなった。



腰壁を設け収納力をアップ

腰壁を設けたことで、リビング側にはソファ、クローゼット側には収納をつくることができた。

リビングと隣接する和室をウォークインクローゼットへ変更しました。雑貨や洋服が好きなお客様の「アパレルショッップのようなイメージに」という要望に添って提案。「見た目」と「収納力」のバランスを考え、ガラスの大きさや形状を考慮したプランを3パターン用意。

腰壁をつくることで、リビング側にはソファも置けますし、クローゼット側には収納をつくることができました。施工時は、天井まで窓にするため、既存で残した天井との納まりに注意しました。通気性を確保するため上部にはガラスは入っていません。

高単価・高利益・高歩合で
成果に繋がる

中古購入+リノベーション
戦略セミナー 無料

平日毎日オンライン開催 満足度 92.9%

午前の部 10:00~11:30 午後の部 13:00~14:30



いままでにないワクワクを！

リノベ不動産®

コロナ禍でも
四半期
GMV 110 億円突破

お問い合わせはこちら ▼

リノベ不動産.net

検索

0120-29-0909



新商品ニュース

内観色「ブラック」登場

アルミ樹脂複合サッシ
「ALGEO(アルジオ)」

三協立山・三協アルミ社（富山県高岡市）



大型台風や集中豪雨に強い「守る窓」としても好評の同製品に、空間を引き締めるブラックの内観色が登場。昨今のトレンドである黒をメインとした「モダン」「ヴィンテージ」テイ

ストに合わせたカラーで、同社建材シリーズ「AMIS(アミス)」や「LiVERNO501(リヴェルノ501)」とのコーディネートが可能。内観色と外観色の組み合わせはこれで22通りとなる。

マンションの内窓施工を簡単に

マドリモ 内窓 プラマードU
「マンション用ふかし枠50」

YKK AP（東京都千代田区）



人気のリフォーム用内窓を、マンションに施工する際に役立つアイテム。

遮音性・断熱性を高める内窓のニーズは高いが、マンションへの施工時にはふかし枠と補強

部品が必要となるケースが多い。「マンション用ふかし枠50」は、補強部品が不要な新構造により意匠性と施工性を大幅に改善でき、マンションへの内窓施工が簡単になる。

枠加工なしで省施工

アウトセット折戸

マツ六（大阪府大阪市）

短工期・省施工で設置できるアウトセットタイプのリフォーム用折戸。既存のドアを外して扉枠の加工なしに取り替えでき、介護保険の「引き戸等への扉の取替え」として住宅改修費支給対象となる。

トイレなどの扉に最適で、軽量で操作性が高く、下レールもないためつまずきを防止できる。



熱や汚れに強いシェルフ

スタイラルランバー

南海プライウッド（香川県高松市）

収納棚・可動棚「ランバーシリーズ」の新しい棚板。表面仕様に特殊樹脂シートとアルミ層を組み合わせたDICメタフィットを採用。耐熱・耐汚染性に優れ、汚れても簡単に拭き取れるので、キッチンやサニタリー周りに最適。薬品や洗剤、錆びやすい缶詰、高温のスチームアイロンなども安心して置ける。



出展者募集中!!

東京会場
開催日
9.15(水)
9.16(木)
パシフィコ横浜

リフォーム産業フェア 2021

ビル・マンションメンテナンス展
店舗・商業施設リニューアル展
ホテル&旅館改装展
オフィス空間リノベーション展

大阪会場
開催日
10.14(木)
10.15(金)
インテックス大阪

主催 (株)リフォーム産業新聞社 東京都中央区銀座8-11-1 リフォーム産業フェア2021

下請けの職人さんは
労災保険に加入していますか？

雇用関係にない下請けの職人（いわゆる一人親方）さんは会社の労災保険を使えません。労災保険に加入するには組合を通じて加入する必要があります。

一人親方労災保険組合なら、安い組合費で労災保険に加入できます！

- ☒ 下請けの職人を労災保険に加入させたい。
- ☒ どのように手続きをして良いかわからない。
- ☒ 会社の業務が忙しく、下請け職人の労災保険まで面倒を見れない。



このようなお悩みをお持ちの建設関連の会社様、まずはご相談ください！



0120-6379-10

電話受付時間／平日9時～20時、土曜9時～18時、日祝休み

637910

検索



一般社団法人
一人親方労災保険組合

〒103-0016
東京都中央区日本橋小網町16-1
タナベビル5F

新商品ニュース

壁紙のデザインリレー開始

Who CREATORS

「CREATORS CIRCLE」

野原ホールディングス（東京都新宿区）



RYU MIENO

HIDEYUKI YAMANO



壁紙ブランドWhoの新製品として、リレープロジェクト「CREATORS CIRCLE」の作品がリリースされた。同プロジェクトはクリエイターからクリエイターへ、紹介によってバトン

をつないで壁紙をデザインしていく事業で、昨年11月スタート。このほど、グラフィックデザイナー・三重野龍氏の壁紙2点、同・山野英之氏の壁紙3点をリリースした。

ハイスピードタイプも追加

アルミガレージシャッター

「静々動々(せいせいどうどう)」

三和シャッター工業（東京都板橋区）



大幅なリニューアルにより機能性と安全性が向上したほか、新たにハイスピードタイプも追加。同社従来品の軽量電動シャッターワイドタイプに比べ、スタンダードタイプで約2倍、ハ

イスピードタイプでは約4倍の速さを実現した。

耐風圧性能と耐久回数も向上。ウレタン充填アルミスラットや滑りのよいガイドレールゴムにより、開閉音も低減された。

知識や技能なしでも使える測定器

タジマトータルステーション TT-N45

TJMデザイン（東京都板橋区）

測量士等の知識や技能のない現場作業でも使えるシンプルな機能設計の測定器。建築・土木に必要な調査・基礎・仕上げ墨出し等に対応する。プログラムは後方交会、対辺測定、杭打ち測定、REM測定、オフセット測定、面積測定を搭載。簡易な短距離測定は、ノンプリズムで1人操作が可能。

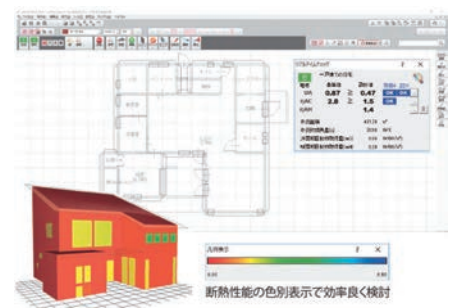


法改正に対応した最新版

3D建築CADシステム「ARCHITREND ZERO (アーキトレンド ゼロ) Ver.7.2」

福井コンピュータアーキテクト（福井県坂井市）

4月施行の「改正建築物省エネ法」に対応した最新版。外皮性能計算プログラムでは、日本サッシ協会の簡易的評価による窓・ドアの熱貫流率表を追加し、4月以降使用できない工法等には注意メッセージを表示。申請書作成プログラムに、省エネ基準への適合性に関する説明書式のテンプレートが追加された。



社内研修や新人研修の教材として最適！

住宅リフォーム即戦力化マニュアル1～8巻+問題集

大好評
発売中

定価：18,000円（税込）

発行：リフォーム産業新聞社

イラストでわかる
リフォーム営業の基本知識

- 1巻[リフォームの基本・流れ]
 - 2巻[接客マナー・商談]
 - 3巻[構造・設備・性能リフォームの基礎知識、図面の見方]
 - 4巻[現場調査の方法]
 - 5巻[場所別リフォーム工事]
 - 6巻[関連法規・制度・資格]
 - 7巻[集客・クレーム] 8巻[マネジメント]
- + 問題集

購入方法

建築専門家のための本屋さん

ReformBooks

リフォームブックス 検索

こちらで提供中

amazon

記者の目

顧客満足度が上がったリフォーム会社の実践例を聞く機会を得た。徹底していることは、施主宅の電気や水道を使うときは、一番最初に使う職人がかならずお客さんに声をかける、見積もりにもきちんとその

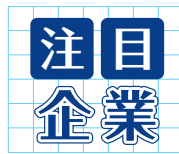
旨を明記しておく、現場の清掃をするので職人から工事終了30分前に連絡をもらうといったこと。これ以外にもいろいろあるのだが、やるべきことをきちんとやることで満足度が上がったというのだ。会社をよくするにはなにか特別なことをしなければならぬと思いがちだが、誰もが当たり前だと思うことを徹底することのほうが重要だと思う。(編集長 金子裕介)

2021
2/15
(1445号)

リフォーム産業新聞

The Japan Journal of Remodeling

発行所：(株)リフォーム産業新聞社 本社：〒104-0061 東京都中央区銀座8-11-1
TEL 03 (6252) 3450 FAX 03 (6252) 3461 http://www.reform-online.jp
発行人：加寛光次郎 年間購読料：20,000円＋消費税



不動産SHOP
ナカジツ

28の仲介店舗

——リフォームも手掛けていますが、事業の核は不動産売買仲介。中古を売るときに合わせてリフォーム提案もするという点が、同業他社と違う点ですね。今、その仲介店舗はどれくらいの規模になっていますか。

仲介店舗は全部で28。愛知県が中心ですが、昨年11月には関東の千葉に店を出しました。福岡にも3店舗あります。ここも仲介＋リフォームがメインになるとしていますが、他の店舗のように、建て売り、分譲なども展開していく考えです。

——なぜ中古住宅購入者にリフォームも提案して、元請けで受注しようと考えたのでしょうか。不動産会社は知り合いの会社に紹介して手数料を得るモデルが多い。

リフォームの提案をす

中古住宅の仲介とリフォームを組み合わせたビジネスモデルで躍進中の企業が不動産SHOPナカジツ(愛知県岡崎市)だ。リフォーム売上高は約30億円と、エリアトップクラスの売上高を誇る。近年はエリア拡大を図っており、福岡、関東にも進出。昨年4月に就任した新社長、樗澤(ふなざわ)和樹氏に戦略を聞いた。(聞き手／編集長 金子裕介)

中古住宅リフォームで30億円

定額リフォーム「ラクリノ」強化



樗澤和樹社長

る方がサービスとしてまともだと思っているからです。お客さん側から見れば、物件を買うのとリフォームを相談するのが、別々だと大変。一緒の方が楽なわけで、そのニーズが確実にあるわけです。

——住まいのニーズにワンストップで対応する。新築分譲もやっていま

すから、あらゆる選択肢を提供できる点が強みで

す。中古を買ってリノベーションするのは、あくまで家を手に入れる1つの手段です。

——ただ、普通の仲介会社は消費者に対して魅力的なリフォーム提案はなかなかできない。建築業と不動産業の両方に強い業者は少ない。

——私どもの特徴は、仲介店のすぐ近くや同じ店舗内にリノベーションショールームを設けていることです。物件を買う前にショールームを見せて、「こんなおしゃな家に直すこともできますよ」とご提案する。

——予算もそこでお伝えすると、トータル3000万円だったなら、例えば直すのに500万円、物件は2500万円と決めて、物件探したりリフォームの話しを詰めていく。こうなると、ほとんどの人がリフォームも私どもに依頼したくなる。あまり相見積もりにはなりません。

中古＋リフォーム需要 コロナでも変わらず

——リフォーム単価は。平均だと300万円弱。水回りや床、壁くらいが多いです。単価も大事ですがリフォームの件数を重視しています。仲介で売れた物件に対し75%はリフォームにつなげたい。

——各拠点、どんな人身体制になっていますか。

例えば千葉の船橋店だと、仲介の営業マンが6人、リフォームが2人います。それに営業を兼務する支店長が1人、マネージャー1人、事務が2人です。このリフォーム担当は比較的大きなリフォームの施工管理をすることが多く、基本的なリフォーム営業は仲介のコンサルティング営業がやります。

——仲介営業の仕事の幅が広がっています。リフォーム知識を身に付けるのも大変なのは。例えば、定額リフォーム商品「ラクリノ」というサービスを始めました。内装や設備を選んでいくだけでプランや価格

——この先の景況感をどう見ますか。

今は他社の状況を見ますと、建て売りが伸びているという感じがですね。低価格の新築は不況時に良いという印象。ただ、コロナが続いて年収が下がってくるとなると例えばローン審査などに影響が出てくる。そうすると、中古＋リフォームとか、より予算が少なくても買えるものが選ばれてくるのではないかなと思っています。

会社概要

代表者／代表取締役会長
鳥居守、取締役社長 樗澤和樹

設立／2006年

資本金／7000万円

本社／愛知県岡崎市
年商／217億円、内リフォーム売上約30億円。

加盟店募集中

拡がる自由な選択肢

お客さまはローンも自分で選びたいと思っています。選択肢が増えることで選べる幅がずっと拡がります。イオンプロダクトファイナンスでは、加盟店を募集しています。

専任スタッフが
きめ細かい対応で
徹底サポート!

加盟店さま向け
キャンペーン多数実施!

Webリフォーム商談システムは導入無料。Webからカンタンにローン申込みが可能です。

連帯保証人や担保は原則不要

団体信用生命保険で
万一の場合も安心

手数料不要で繰上げ返済可能

私たちはイオンのグループ企業です。お客さまのライフステージに応じ、生活に密着した様々な金融サービスを提供しております。現在、リフォームローンの加盟店を募集中です。



イオンプロダクトファイナンス

【本社】〒101-0045 東京都千代田区神田鍛冶町三丁目4番地 oak神田鍛冶町9階 ☎ 0120-104-839

当社ホームページの
加盟店募集 より
お問い合わせください。

会社や商品についての情報のご確認は、下記ホームページまで
<https://www.aeonproduct-finance.jp>

イオンプロダクトファイナンス

検索

