

# 地域密着リフォーム店の成功法則

わずかな経費で生産性を高める成功への第一歩とは



建てるを支える。  
住まうを想う。

2023年7月

©JAPAN HOME SHIELD CORPORATION  
ALL RIGHTS RESERVED.



---

# CONTENTS

- 1 会社紹介
- 2 リフォーム業界を取り巻く環境
- 3 地域密着リフォーム企業の成功事例
- 4 なぜ、誰しものが成功企業のように成れないのか
- 5 成功への“第一歩”となるアクション
- 6 終わりに

About us

## ジャパンホームシールド株式会社

設立	1990年3月1日
本社	〒130-0026 東京都墨田区両国2-10-14両国シティコア17F
代表	代表取締役社長 勅使河原 隆巳
資本金	60億円(資本剰余金含む)
登録	一級建築士事務所 東京都知事登録 第64851号・第64852号 国土交通省 測量業登録 第(1)36745号
主要取引銀行	三井住友銀行 東京中央支店、 三菱東京UFJ銀行 本所支店
引受保険会社	大手損害保険会社
従業員数	375名(2022年11月末)
技術顧問	藤井 衛 (東海大学名誉教授) 真島 正人 (株式会社設計室ソイル 代表取締役会長)

## Service

地盤調査・解析・品質保証、測量  
基礎設計、構造計算、構造設計  
建物品質検査、インスペクション、定期点検  
設備保証、コールサービス、駆けつけサービス

## JHS Group

JHSエンジニアリング株式会社  
住生活少額短期保険株式会社  
ファーストインスペクションサービス株式会社  
株式会社アライドリサーチ

# 全国78拠点のネットワーク

JHS本部と地盤調査会社を加盟店とするFCシステムで、全国各地へ細やかなサービスをお届けします。

本社	〒130-0026 東京都墨田区両国2-10-14 両国シティコア 17F TEL.03-5624-1545	中部支店	〒460-0011 愛知県名古屋市中区大須4丁目10-32 上前津KDビル8F TEL.052-238-1377
北海道支店	〒060-0052 北海道札幌市中央区南2条東2丁目8番1 大都ビル708号室 TEL.011-290-5055	関西支店	〒550-0013 大阪府大阪市西区新町1-3-12 四ツ橋セントラルビル5F TEL.06-4390-7501
東北支店	〒980-0021 宮城県仙台市青葉区中央2-2-1 仙台三菱ビル4階 TEL.022-217-4541	中四国支店	〒730-0031 広島県広島市中区紙屋町2-2-2 紙屋町ビル6階 TEL.082-545-6373
東関東支店	〒330-0843 埼玉県さいたま市大宮区吉敷町1-31-1 明治安田生命大宮吉敷町ビル4階 TEL.048-650-1831	九州支店	〒812-0025 福岡県福岡市博多区店屋町1-31 博多アーバンスクエア7階 TEL.092-263-5517
西関東支店	〒130-0026 東京都墨田区両国2-10-14 両国シティコア 17F TEL.03-6773-4449		

JHS本部 **9** 拠点  
FC・特約店 **69** 拠点

# Number

## 数字で見るJHS

地盤調査実績

2,000,000棟

お取引社数

30,000社

工学博士

2名

技術士

4名

地盤品質判定士※

50名

特許技術

20件

技術審査証明

9点

学会発表論文(国内)

161稿

学会発表論文(海外)

31稿

海外共同研究

5カ国

※ 宅地の造成・不動産会社や住宅メーカー様と住宅及び宅地取得者の間に立ち、地盤の評価に関わる調査・試験の立案、調査結果に基づく適切な評価と対策工の提案等を行う能力を有する技術



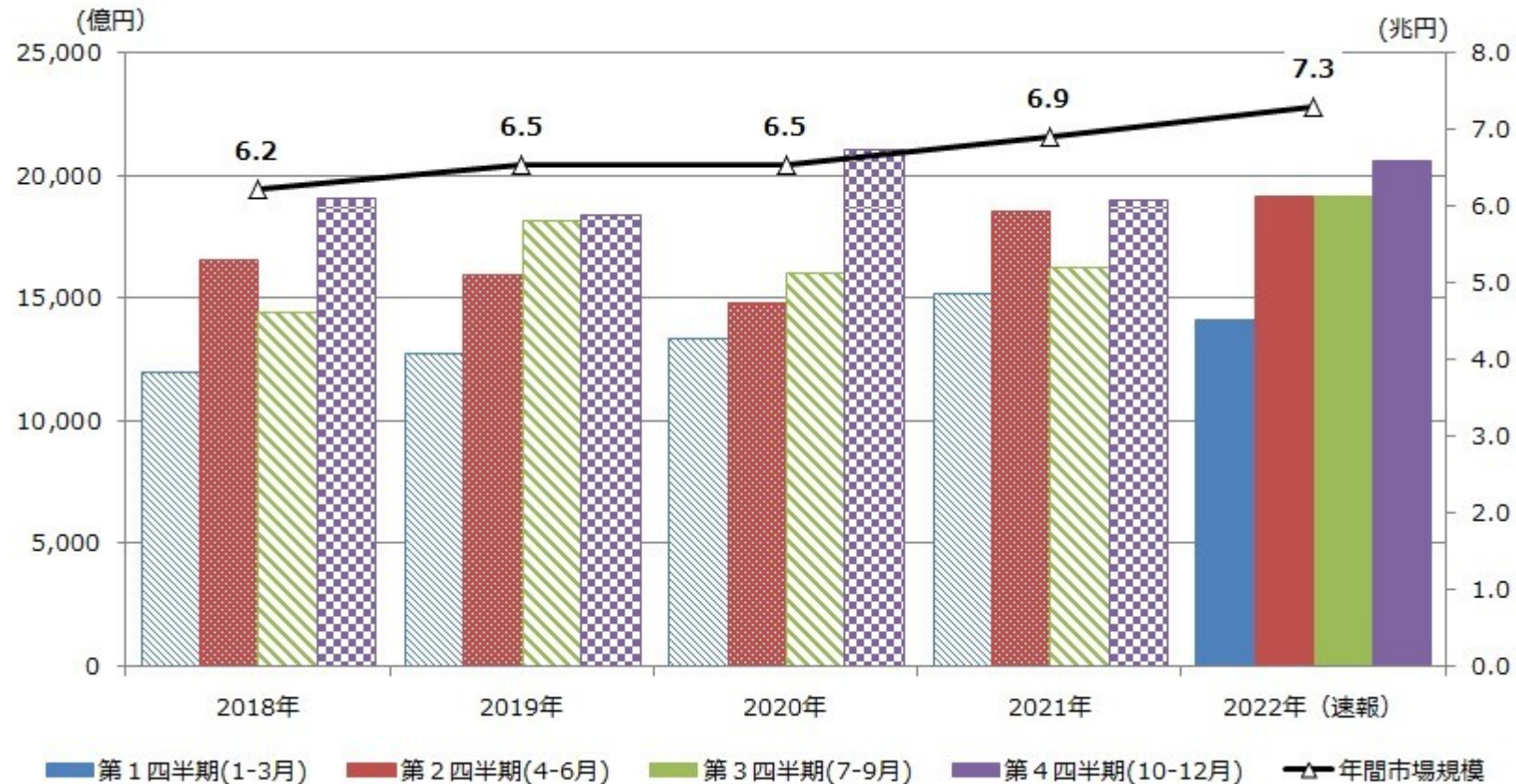
---

# CONTENTS

- 1 会社紹介
- 2 リフォーム業界を取り巻く環境
- 3 地域密着リフォーム企業の成功事例
- 4 なぜ、誰も成功企業のように成れないのか
- 5 成功への“第一歩”となるアクション
- 6 終わりに

## リフォーム市場の成長状況

- リフォーム市場は成長を続けており、2022年では7兆円の市場規模に到達(前年比+5.7%)
- 内訳としては、「設備修繕・維持関連(+6.6%)」、「家具・インテリア(+6.4%)」の項目が成長
- 一方で「増改築工事」の分野は-0.4%と市場規模を縮小した

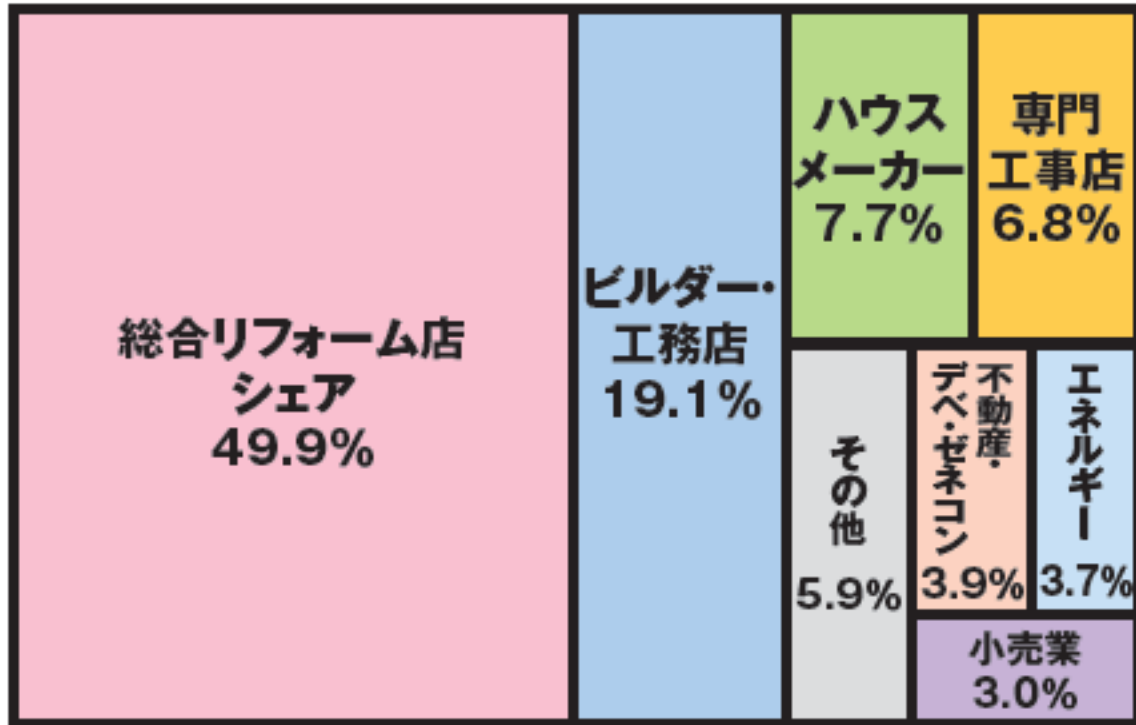


※出典: 矢野経済研究所( [https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/3220](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3220) )

## リフォーム市場の競争環境

- 一方で小売業・ビルダーのリフォーム参入(強化)の流れから競争は激化
- 価格競争力を武器とする後発企業が参入し安い企業が勝つ、価格競争の状況が生まれている

### 住宅リフォーム市場の業種別構成



### 異業種参入の激化

小売り(ホームセンターなど)やハウスメーカーが住宅市場の縮小を背景にリフォーム事業に参入/取り組みを強化。市場シェアを拡大している

ハウスメーカー



自社の顧客基盤を利用し囲い込みを実施。OB顧客へのリフォーム提案でシェアを拡大する。

小売り



部材の自社提供を強みに、より安くリフォームできるコスト競争力を武器としてシェアを急拡大

※出典:<https://www.reform-online.jp/news/reform-shop/20517.php>



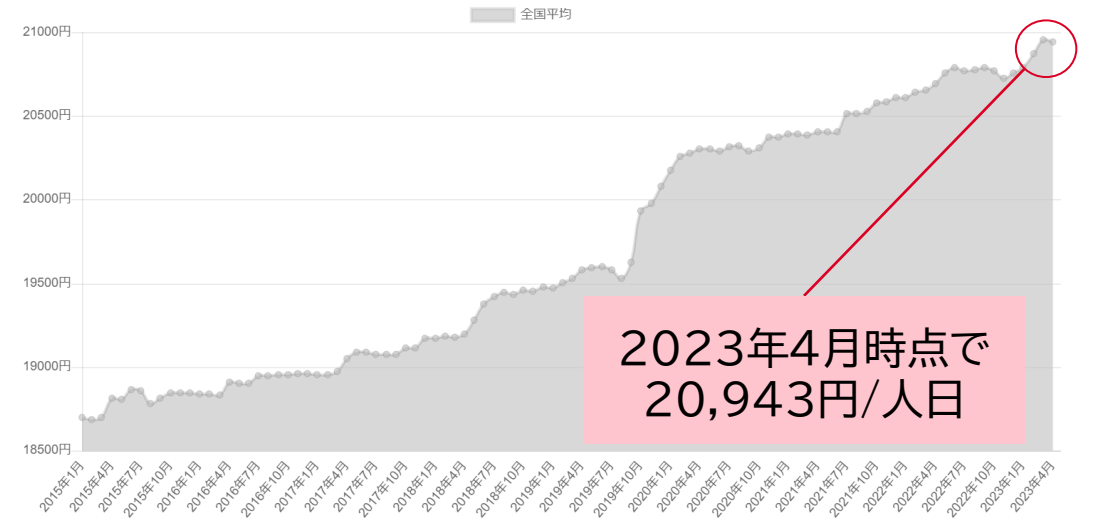
## リフォーム市場の原価環境

- コロナショック/ウクライナショックの影響もありメーカーは各社一斉値上げ
- 大工の人手不足を背景に、工賃も年々上昇を続けており、業界全体として粗利率の低下を招いている

### メーカーの一斉値上げ

メーカー名	値上げ日	対象商品	値上げ幅
Panasonic	4月1日	水回り	6~19%
	4月1日	建材関連	5%
	4月1日	エコキュート	16%
	4月1日	IH	6~11%
LIXIL	4月1日	キッチン	平均5%
	4月1日	洗面	平均4~7%
	4月1日	トイレ	3%~9%
TOTO	8月1日	便器	3%~8%
	8月1日	ユニットバス	2~4%
	8月1日	キッチン	3~13%
タカラスタンダード	4月3日	キッチン	7~14%
	4月3日	洗面化粧台	7~16%
WOODONE	4月1日	建材関連	12~15%
大光照明	6月1日	住宅用照明器具	10~15%

### 大工手間賃(日当)の全国推移



※出典:総務省「小売物価統計調査」

円安・エネルギー価格の高騰を背景に、2022年に続き2023年も各社は値上げを発表。エネルギー価格高騰の継続と共にこの傾向も持続する見込み。

長期的な人材不足を背景に、大工の日当高騰が続く。高齢化にも歯止めがかからず、今後も着工減を上回るスピードで大工人数減少が進み単価高騰は持続。

## 地域密着リフォーム店を取り巻く環境

- 売上・コスト両面において市場環境は向かい風であり契約率・粗利率の低下に悩んでおられる会社様は多い
- 何か新しい取り組みをしていかななくては衰退は免れない

### 市場環境

1

堅調な市場成長

×

2

競争環境の激化(新規参入)

顧客シェア獲得難易度の向上  
既存顧客の囲い込み・新規顧客獲得の必要性UP

### 原価環境

1

止まらない設備資材高騰

×

2

人手不足による人件費高騰

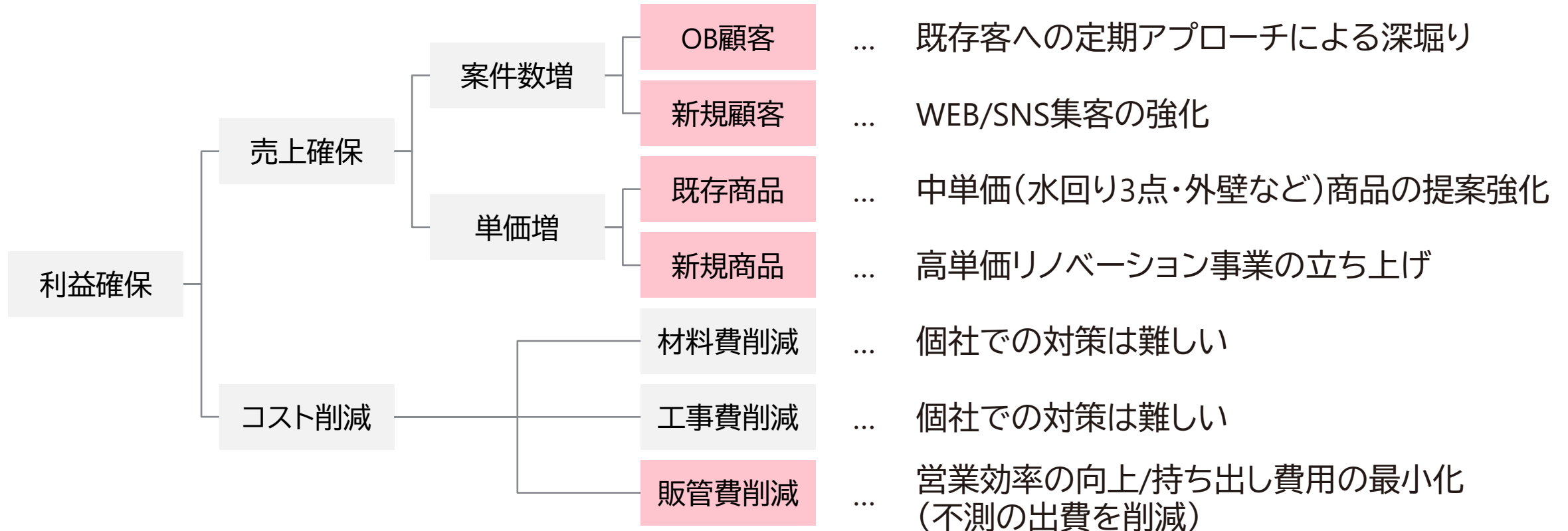
原価には好転の兆しなし  
利益を残せる会社になるための  
打ち手を取っていくことが必要

## 存続・安定成長に向けた論点と対策

- 十分な利益を確保し、安定成長を実現していくには、下記のような対策が必要となる
- 一方で効果と実現の手間を考えると一挙に取り組むことは難しい、
- 成功企業の事例から自社にあった取り組みは何かを考えていくことが重要

### 売り上げ確保に向けた論点

### 対策アクション



---

# CONTENTS

- 1 会社紹介
- 2 リフォーム業界を取り巻く環境
- 3 地域密着リフォーム企業の成功事例
- 4 なぜ、誰も成功企業のように成れないのか
- 5 成功への“第一歩”となるアクション
- 6 終わりに

# リフォーム業態における成功事例①:超地域密着へのシフト

- 成功法則の1点目は地域密着を極めること。商圈を店舗から一定圏内に絞り込むことで事業効率を高める
- 営業・工務の効率を高めるだけでなくマーケティング範囲も絞りこむことができ人件費・販管費の削減が可能

## 成功事例:地域密着系A社



エリアを本社から半径500mに絞り込み。  
**作業中の姿を商圈の顧客にアピール**することで  
 ブランディングを強化し、紹介や問い合わせが増加。  
**1拠点で年商3億**を達成した。  
 (受注の71%が紹介とリピート顧客)

## 施策例

### ▼社名印字のバン



### ▼直筆の顧客の声をHP掲載



### ▼長期保証を導入

#### ▼住宅設備機器延長保証の特徴

ここからは弊社が利用している「SOMPOフランディ」の住宅設備延長保証をもとに、サービス内容をもう少し詳しくご紹介しましょう。このサービスには、以下の特徴があります。

- ・期間中修理代0円
- ・修理回数無制限
- ・保証期間は10年間

あらゆる施策がすべて  
**“地域密着”の  
 ブランディングに繋がる**



## リフォーム業態における成功事例②:高単価リノベーション事業の立ち上げ

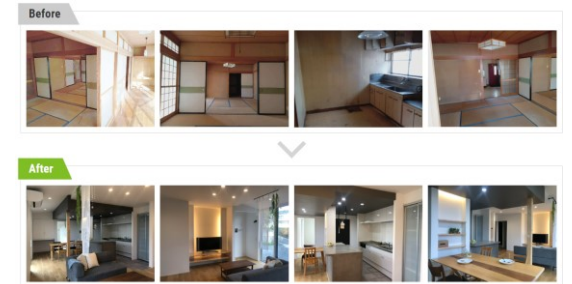
- ・ リノベーションのブランドを立上げ、平均単価1000万越えの大型リフォームを狙うモデル
- ・ 人口30万人程度の商圈範囲で、施工力を生かし小売業態などでは狙えない大型リフォーム需要を開拓

### ■成功事例:リノベ立上げB社

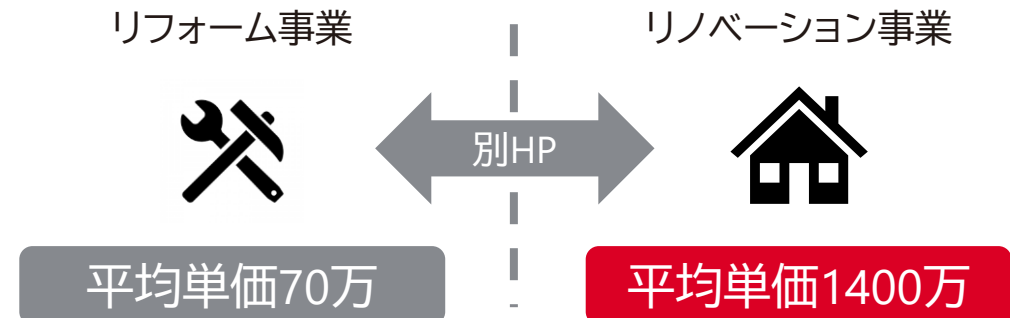
商圈	青森県某市:商圈人口30万人
売上	・リフォーム:2.8億 ・大型リノベ: <b>1.6億(11棟)</b>
人員体制 (リノベ単体)	5名 (営業2名・設計1名・工務2名)
取り組み上の ポイント	既存のリフォーム事業と <b>別ブランドとして立上げ</b> 。HPを分離し、新たにモデルハウスを建てることによって客層を分けることで、 <b>受注単価20倍</b> (70万→1400万)を実現した

### 施策例

#### ▼専用モデルを建築し顧客を熱上げ



#### ▼別ブランドを立ち上げることで単価帯を一挙に変更



---

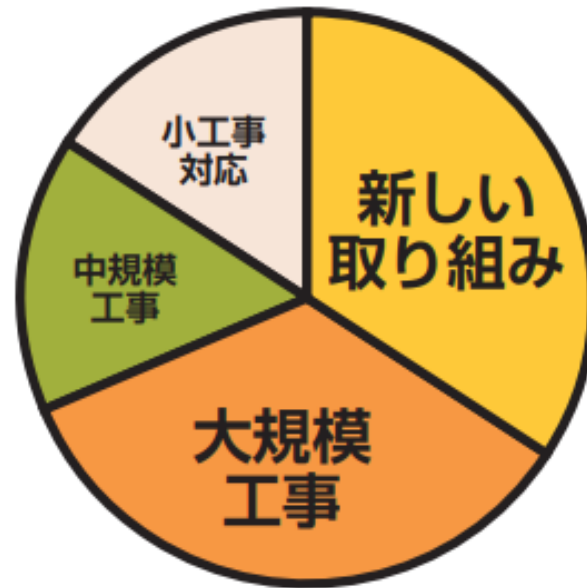
# CONTENTS

- 1 会社紹介
- 2 リフォーム業界を取り巻く環境
- 3 地域密着リフォーム企業の成功事例
- 4 なぜ、誰も成功企業のように成れないのか
- 5 成功への“第一歩”となるアクション
- 6 終わりに

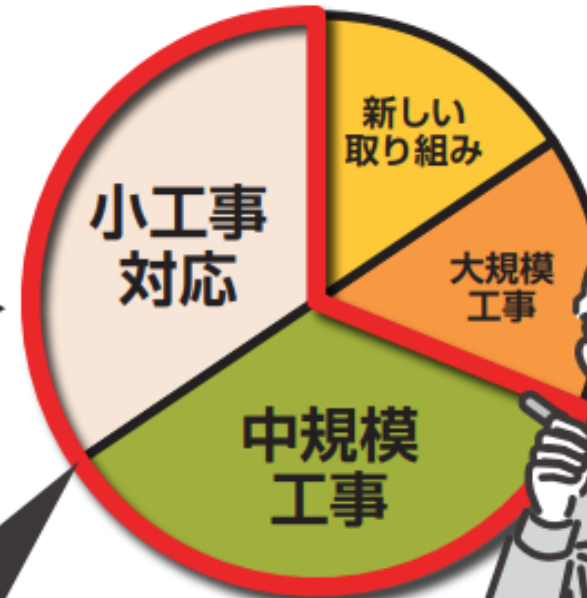
## 理由は、新しい取り組みを行う時間が取れないこと

- 自社事業の進化には新たな取り組みを行う時間が必須、その時間を取れないことが成長を妨げる
- 多くの方が時間を割かれているのは“お客様の入電対応”地元OBのお客様は事業の生命線であり、おろそかにすれば事業の根幹が揺らいでしまうというジレンマが成長を妨げる

成功企業の時間の使い方



一般企業の時間の使い方



日々の業務に追われて**新しい取り組み**の時間が取れない…

## 小工事対応がわずかな売り上げで、半分以上の時間を奪ってしまう

- 一方でお客様への密な対応が売り上げに繋がっていないのが悲しい現実
- 単価10万以下の小工事(リペア)が案件の半分以上を占めるが、売上貢献で言えば4%程度にしかない
- リフォーム事業成長のカギは、“どれだけ高単価の案件比率を上げられるか”であると言える

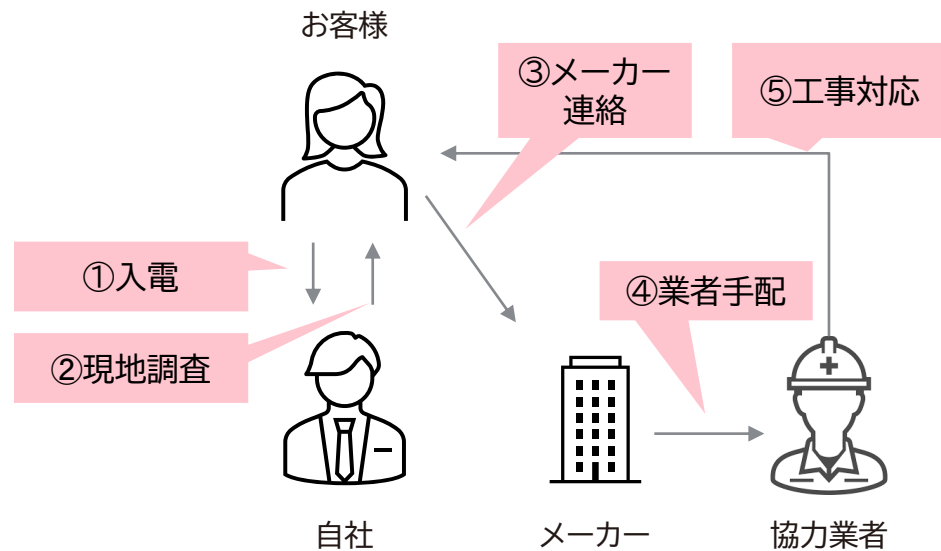
とあるリフォーム会社の売り上げ構成事例 (1.5~2億/年)

案件種別	価格帯	上限	項目	合計(半期)	合計(現状)	構成比
新築	1000万以上	-	売上高	22,790,137	22,790,137	28.5%
			案件数	1	1	0.6%
大型リフォーム	300~1000万	10,000,000	売上高	7,281,065	7,281,065	9.1%
			案件数	2	2	1.1%
中型(水回り・外壁)	100~300万	3,000,000	売上高	22,710,511	22,710,511	28.4%
			案件数	13	13	7.2%
小型(リペア)	10~100万	1,000,000	売上高	23,866,836	23,996,636	30.0%
			案件数	64	65	35.9%
超小型	10万以下	100,000	売上高	3,149,037	3,231,537	4.0%
			案件数	98	100	55.2%
合計		-	売上高	79,797,586	80,009,886	

## 設備故障は、自社のためにもお客様のためにも対応すべきでない

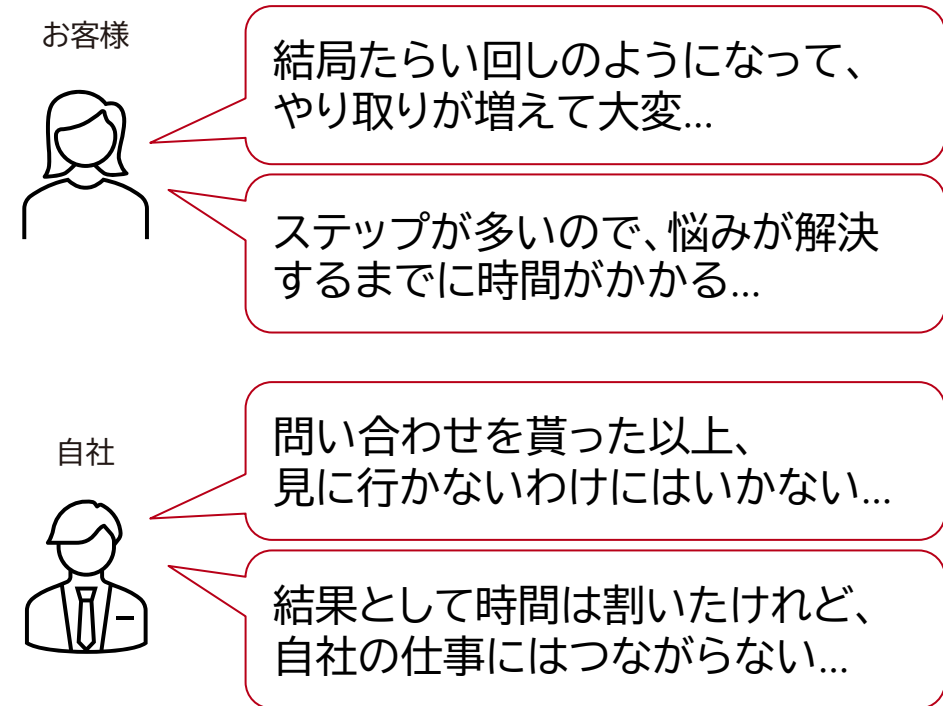
- 一方、皆様が対応すべきでない案件がある、それは“設備故障に対する相談”
- 結局メーカーに取り次ぎ、業者を手配するだけに終わることも多くお客様にとっても、自社にとっても無駄な時間をかけることとなる

### 設備故障の対応フロー



対応のメインはメーカーによる設備入れ替えとなるため、自社にとっての対応の実利が小さい

### 自社で問い合わせを受ける弊害





---

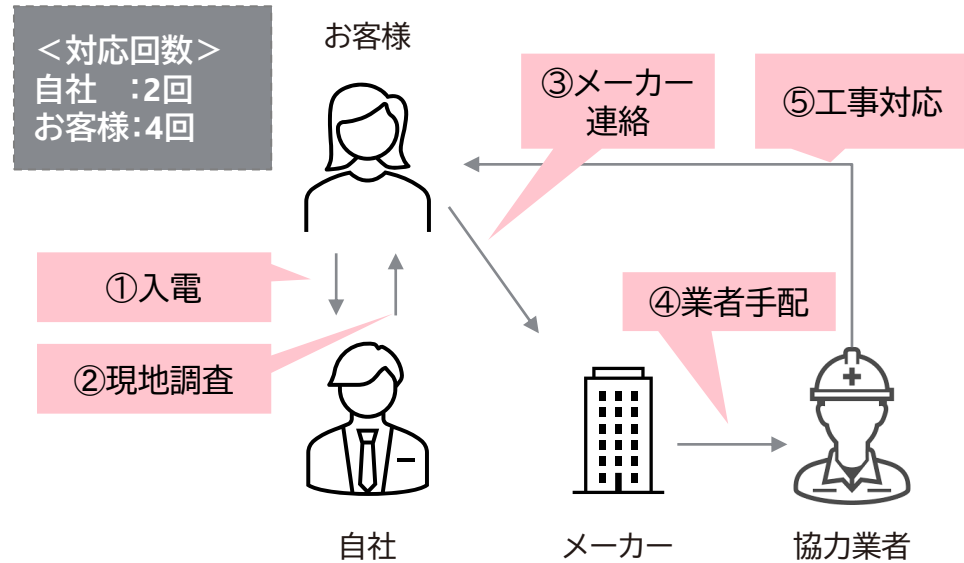
# CONTENTS

- 1 会社紹介
- 2 リフォーム業界を取り巻く環境
- 3 地域密着リフォーム企業の成功事例
- 4 なぜ、誰も成功企業のように成れないのか
- 5 成功への“第一歩”となるアクション
- 6 終わりに

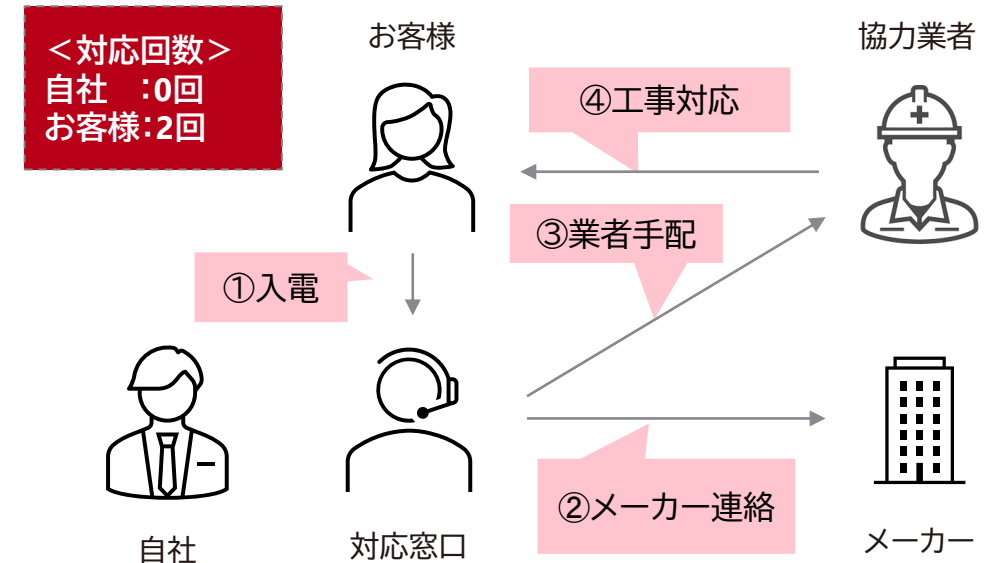
## 設備保証(設備故障一時対応)の外注が時間を作る第一歩

- 時間を作り出す第一歩は設備の延長保証、および対応代行の外部サービスの導入
- 一次対応を外部に任せることによって、自社・お客様双方の手間の減少に繋がる

### 通常の場合



### 外注の場合



一括で対応できる窓口を外注することによって、お客様も自社もやり取りの回数が削減。  
 現地調査、各種手配の時間を大幅に削減し業務効率化を実現

## 設備保証は時間もコストもかけず、着実に時間を作り出せる

- 時間を作り出すために、取り組めることは様々、ただすべてに取り組んではそれこそ時間がかかりすぎる
- まずはコスト・手間の両面で自社にとってのリスクが少ない施策から始めていくことが重要

時間を作り出す施策	効果	コスト	必要工数	備考
設備保証による1次対応外注	○	◎	○	効果は限定で気だが、導入に際しての必要コスト、工数が小さく誰でもスムーズに開始できる
業務改善DXツール導入	◎	×	×	効果は最も大きいが出ツールの導入設定はもちろん、使いこなすまでにある程度の時間投下が必要
社内の業務効率化 (会議の効率化・見積りフォーマット作成など)	○	◎	×	自社の力で行うため、お金はかからないが主力メンバーの時間を一定投下する必要がある。
人材採用	◎	×	×	効果は大きいが出採用経費・工数がかかるのに加え、人材雇用に伴うリスクも大きい。

## 設備保証導入は、売上・利益の向上にも寄与する

- また、設備の延長保証導入は、故障に対する自社の持ち出しリスクの低減や、契約率・お客様満足度の向上などの副次効果も期待できる

1

### 持ち出し支出のリスク削減



保証書で明確に補償範囲を決めることによって、トラブルに対しての自社からの持ち出しリスクが低下。  
複数年経過後の予期せぬ設備故障に対しての持ち出し支出も防ぐことができる

2

### 契約率・顧客満足度の向上



保証導入により未導入企業との差別化は当然ながら、保証導入済み企業に対しての競合負けが減少。HPでのアピール等も含め、集客上・営業上の競合負けリスクを削減できる。  
また、実際に故障が発生しやすい5年目以降の故障に対して保証を行うことにより契約前後の顧客満足度を向上させる効果も期待できる。

---

# CONTENTS

- 1 会社紹介
- 2 リフォーム業界を取り巻く環境
- 3 地域密着リフォーム企業の成功事例
- 4 なぜ、誰しものが成功企業のように成れないのか
- 5 成功への“第一歩”となるアクション
- 6 終わりに



## ジャパンホームシールドの設備延長保証サービス

- リフォーム業界の皆様の助けとなるため、当社では設備の延長保証サービスを展開
- 1次対応の代行、安心の10年保証など皆様の生産性向上・お客様の本当のお困りごと解消に向けたサービスを作っています

### JHSの設備保証

貴社の差別化を、アップデートしませんか？

**JAPAN HOME SHIELD** 建てるを支える。住まうを想う。

2022.9  
©JAPAN HOME SHIELD CORPORATION  
ALL RIGHTS RESERVED.



### JHSの設備保証 **3**のポイント



手間なく**10年保証**  
あんしんをお届けします

建物や地盤にプラスして、  
設備の長期保証で差別化を



修理代・出張費・部品代が  
**何んでも無料**

・保証回数 限度なし  
・保証金額 限度なし



業界トップクラス  
**保証継承**もワイドに対応

代替品への交換後も  
保証を継承します

## お問い合わせ

- ・リフォーム業界の皆様の助けとなるため、当社では設備の延長保証サービスを展開
- ・1次対応の代行、安心の10年保証など皆様の生産性向上・お客様の本当のお困りごと解消に向けたサービスを作っています

### 【お問い合わせ】

- ・会社名: ジャパンホームシールド株式会社
- ・部署名: 事業開発部 営業企画課
- ・問合せ: (<https://service.j-shield.co.jp/contact>)

### 【お話できる内容】

- ・リフォーム業界のトレンド、および成功事例共有
- ・リフォーム会社様向け当社サービスのご紹介



建てるを支える。住まうを想う。

