

注目  
企業

大進ホーム

# リフォーム前年比3割増見込み

## OB対応増、+αの提案で単価底上げ

自由設計の新築住宅やリフォームを手掛ける大進ホーム（北海道札幌市・2023年3月期売上17億円）は、今期リフォーム売上3億円、前年対比約30%増を見込む。要因は人員増加と人材育成だ。来期は買取再販にも乗り出す。

### 人員増え対応可能に

前期は会社全体で17億円、リフォーム売上高2億3000万円だった。今期は会社全体で約18億円、リフォーム売上が3億円になる見込み。もともと新築が強い同社だが、リフォームの伸びも順調だ。

リフォーム事業が伸びた要因は人員の増加だ。昨年は7人だった同社のリフォーム部は、新卒1人と中途2人の採用によって今年10人に増員した。対応できる人員が増えたことで件数も増加し、昨年のリフォーム施工件数235件に対して今年では約330件で着地する見込みだ。

「手が回らなかったところも手が届くようになった。主にOBのお客様の対応ができるようになりました。数万円の蛇口交換なども増えた結果、単価は約100万円から80万円くらいに下がりました。



▶戸建てのリフォーム事例。壁を取り払って2部屋を1部屋にリノベーションした。

した。それでも想定していたより単価は維持できなかったのではないかなと思います。大きな工事も長期間になる等大変なことも多いので、ネガティブにはとらえていない」とリフォーム部の岡純一店長は話す。

小規模の工事が増えても単価を維持できたのは、+αの提案があったからだ。例えば同社のリフォーム売上の3割弱を占める外壁塗装では、足場を組むついでに屋根塗装や窓交換も提案する。「塗装の受注件数は70〜80件ほど、そのうち足場を立てるのは60〜70件くらい。北海道は板金の屋根が多いので、屋根と壁の塗装を一緒に受注しやすい」（岡店長）

水回り工事でも、風呂の交換と合わせた洗面化粧台の提案、トイレの交換とともにクロスの張替えを提案するなど、プラスで打診することで1件当たりの単価を上げることに成功している。

### 勉強会で人材育成

積極的なプラスの提案をできるようにしたのは、数年前から注力してきた人材の育成の成果だ。新卒の社員に対して

は、入社後半年以上、営業活動を課さない長期研修を組む。入社した後、



リフォーム部  
岡純一店長

### ■売上増加の要因

- ①人員増↑
- ②対応可能件数増↑
- ③+αの提案

4月から7月にかけては徹底的に現場知識と商品知識を勉強してもらう。各メーカーの商品勉強会

に参加するほか、電気工事や設備関連の外部の会社に協力してもらい、建築を学んでいない新入社員にもわかるよう独自の勉強会を開催。その後9月頃からお試しでOB顧客を回ることもあるが、11月頃までは先輩社員に密着同行して現場業務を学んでいく。商品知識に基づいたこれらの体系的な知識が、プラスの提案を可能にしている。

また営業ではロールプレイングよりも見積もりに対するフィードバックを重視。実際に顧客に提出した見積もり書をチェックして「このお客様にはこういうトークをする」と良い「ヒアリングの結果、こういったことを不安に思われているならこんな見積もりの作り方もある」といったアドバイスをする。

リフォーム事業においてはロールプレイングを重視しない理由として、

岡店長は次のように語る。「挨拶とヒアリングが一番の勝負で、見積もりを出す時点で、もうお客様はどこに依頼するか決めていく。しかしロールプレイングが上手くなると、実際にはあまり売れないという若手はよくいる。ロールプレイングがうまくなったらダメ、売れなくなるんです。挨拶からヒアリングまでができていくかは、私は見積もりに出ていると思いません。だから見積もりを見てフィードバックする」（岡店長）

来期は不動産部門を立ち上げ、買取再販に参入する予定だ。創業50年以上の同社は、高齢になった新築のOB顧客から家を開放したいといった相談が増えてきた。また中古住宅を購入する人が市場に増えたこと、新築市場の見通しが今後厳しいことなども背景にある。「まずは戸建てから参入して、いずれはマンションも挑戦していければ。30〜40代の若い人たちがターゲットになってくるので、ウェブやSNSなどを充実させて集客していきたいと考えています」（岡店長）

### 会社概要

会社名：大進ホーム  
代表者：星野覚一朗  
本社所在地：北海道札幌市  
事業内容：新築の設計・施工、リフォーム  
会社全体売上高：17億円  
リフォーム売上高：2億3000万円