



価格競争に巻き込まれず、顧客へのストレスなく案件獲得！
 登録者数7000人！「みやこリフォームのリフォーム塾」
 を活用した集客施策のご提案



YouTubeチャンネル運営前後のみやこリフォームの変化

YouTube運営前は、激安押しのフランチャイズで集客した結果、価格競争に巻き込まれ、疲弊した割に利益が残らない状況。一方、YouTube運営後は、単価、成約率、粗利率が上がっただけでなく、お客様へのストレスも減り、効率的に売上が上げる仕組みが構築できました。

YouTube運営前 ※激安押しのフランチャイズでの集客が中心だった



- 4、5社相見積りも当たり前。安さ重視のお客様が多く、客層が悪い
- 決まったとしても、広告宣伝費を差し引くと粗利20%を残すのも難しい
- 「とりあえず見積りだけして」などの一言でやる気を削がれる

YouTube運営後 ※完全自社集客に切替え



- ファンのお客様が声をかけてくれるので**成約率50%以上**
- 価格以外を見てくれるお客様が多く、1件当たりの単価も粗利率も上がる
- 従業員2人で**売上1億1500万円、粗利率33%以上**（2022年度実績）

YouTubeチャンネル「リフォーム塾」を活用した集客支援策とは？

一言で言うと、みやこリフォームがYouTubeで得たうれしい変化を、各リフォーム会社様でもリーズナブルな価格で実現できるサービスになります。

今回の支援策では、各リフォーム会社様が弊社チャンネルに自由に出演することで、認知度・ロイヤリティを高め、見込み度の高い顧客を獲得することを目的としております。

【出演イメージ】



現場アウトプットマン（登録者数16,000人）



コマショー（登録者数15,000人）

本来であれば、みやこリフォームと同じように、各会社でチャンネルを設立し、集客を軌道に乗せることがベスト。しかし、チャンネル運営には、相当な労力や費用をかける必要があるだけでなく、チャンネルを伸ばすノウハウも必要。そのため、チャンネルを設立するものの、軌道に乗せられず、心が折れる会社が大半です。

今回の提案は、自社運営を行う場合と比べて、リスクが少なく、効率的にYouTube集客ができる施策になります。

当YouTube集客支援施策の具体サービス内容

① 出演動画の撮影および編集、ネタだしのサポート

動画の再生回数を伸ばすためには、取扱うテーマの選定や、テンポの良い掛け合い、編集が重要になります

② リフォーム塾出演企業一覧への掲載および当内容の告知

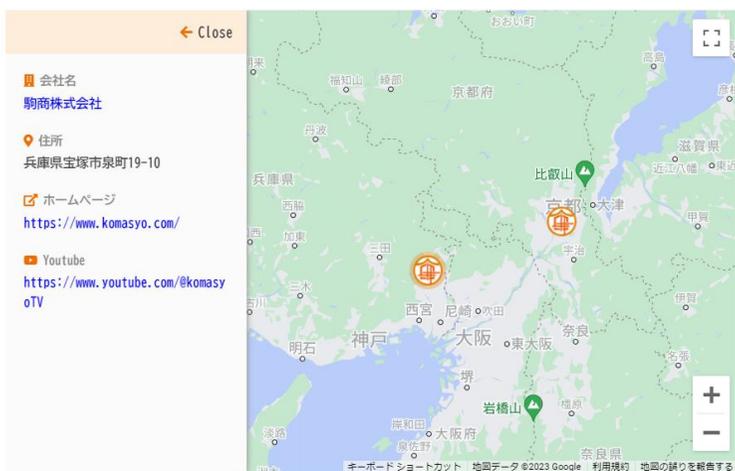
みやこリフォームHPやYouTubeチャンネル内に御社情報を掲載し、出演動画以外からも認知される仕組みを作ります

③ 経営支援 ※ご希望される場合のみ

月一で1時間程度のオンライン打合せを実施

※御社のお悩みに対して、弊社ノウハウを情報共有する程度

※特に、「京都 リフォーム」のキーワードでグーグル2位に表示されるなどHP運営を得意としてます



リフォーム塾出演企業一覧



リフォーム塾内での告知

当YouTube集客支援施策の料金体系

月額50,000円※1 + 動画撮影・編集費用25,000円／本※2

加盟金
なし

※2 15分以内の動画の場合。その他、弊社演者が御社事務所に伺う場合は別途交通費要
加盟時点で、出演動画を5本程度撮影させていただく予定。

みやこリフォームはYouTubeに年間250万円をかけており、その金額を弊社サービスにかけた場合

年間76本の動画をアップできる

よくある質問

YouTubeチャンネルで集客するデメリットはありますか？

特段デメリットはありませんが、みやこリフォーム自身感じているのは、YouTubeを見て問合せしてくれるお客様は、その会社に対して期待値が高いので、工事自体や、お客様対応上の不備に対して、期待値とのギャップに落胆させてしまうことがあります。そのため、そのような落胆をさせによう、弊社では、それを糧に、プロセスの標準化、社員教育、職人選定など、日々改善に向けて活動しております。

うまく話せるか心配なのですが、大丈夫でしょうか？

弊社演者と対談形式で進めるため、お客様と会話しているのと同じような感覚で進めることができます。また編集ができるため、詰まったり、言い直したりしたところはカットできますので、ご安心ください。

出演動画では、どのようなテーマの動画を撮りますか？

御社が得意としている分野のリフォームのお話を中心にテーマとして扱えればと思います。なお、弊社チャンネルでは、現状、水回りや、マンションに関する動画が伸びやすい状況です。その他、各社の施工事例を写真付きで説明するというのが、無難に伸びやすいテーマになると思います。

リフォーム塾で作った動画を弊社HPに載せてもいいですか？

もちろん、大丈夫です。弊社チャンネル、HP内の告知だけでなく、御社HP内でも告知頂くことで、御社のことをより深く理解し、より高いロイヤリティを持ったお客様から問合せが増えると思います。

すでに自社でチャンネルを作っているのですが、その告知もしてもいいですか？

もちろん、大丈夫です。すでに、リフォーム会社のチャンネルが乱立し、単体でのチャンネル運営では、登録者数を伸ばしにくい状況にあります。弊社チャンネルでの出演を通じて、御社チャンネルを伸ばすことにもお役立てください。

みやこリフォーム営業部長小川剣人のプロフィールと当サービスにかける意気込み

プロフィール

- 大阪大学人間科学部卒、グロービス経営大学院卒（MBA）
- 新卒で日本生命に就職、システム開発や営業企画に従事。退職後、リフォーム会社紹介サイト「リフォームガイド」にて、関西・関東を中心に80社以上の加盟店開拓を行うほか、ブログ記事の執筆を通じて、ウェブマーケティングの知見を深める。
- その後、配管材料の卸売業である株式会社オガワに入社し、「みやこリフォーム」というブランド名でリフォーム事業を開始し、責任者を務める。



当サービスにかける意気込み

リフォーム会社というのは、ちゃんとやればそれなりに儲けられる商売である一方、価格競争に巻き込まれ、疲弊した割には利益が残らないリフォーム会社も多いのが実情です。

私自身、前職の紹介サイトで働いていたときに感じていたのは、相見積りの助長により、過度な競争を生み、各会社単位の成約率は10%という現実でした。また、同社は成約金額の7%が手数料として取られるビジネスモデルであり、限られたパイを奪い合うハイエナのような気持ちさえしておりました。

このような気持ちの中、紹介サイトで働く意義に疑問を感じ、退職を決意。家業である水道卸売業に戻り、紹介サイトで培ったノウハウをもとにウェブに強いリフォーム会社を作ろうと、「みやこリフォーム」というブランドを立ち上げました。

立上げ当初、何の実績もなく、集客もうまくいかない中、まずは実績や経験を積もうと、正直屋FCに加盟。施工経験を積むことができましたが、現調の時点で「予算50万円でユニットバス交換したい」など、箸にも棒にも掛からない案件も多く、正直疲弊しました。

「リフォーム塾」は、この負の感情をどうすれば解消できるのか？、どうすれば自身に好意的なお客さんを効率的に獲得できるのか？という考えから生まれました。その思いが実を結び、現在、登録者数5000人を超え、売上1億円を超えるまでになりました。

今後は、このノウハウを各地域のリフォーム会社様に展開し、弊社と同じ思いを持った仲間を集めていきたいと思っております。アンチポータルサイトとして、本当の意味での集客支援をして、また、同じリフォーム会社として、みなさまと切磋琢磨して成長していきたいと考えております。

みやこリフォーム略歴と売上推移

みやこリフォーム立上げから4年目（2021年7月～22年6月）に、従業員2人で売上高1億1500万円越え／粗利率33%以上達成。YouTubeチャンネルでの集客により、効率的な事業運営の仕組みを構築した。

年度	売上	粗利率	専従者	略歴
2018年度	700万円程度	25%程度	1人	<ul style="list-style-type: none">2018年2月、「みやこリフォーム」というブランド名でリフォーム事業を開始各年度は6月決算。2018年度は2019年2月～6月の実績
2019年度	4,200万円 ※うち正直屋3,200万円	28,9%	1人	<ul style="list-style-type: none">2019年10月、「水回りリフォームの正直屋」FCに加盟
2020年度	7,700万円 ※うち正直屋4,600万円	31.0%	1人	<ul style="list-style-type: none">2020年10月、YouTubeチャンネル「みやこリフォームのリフォーム塾」開設
2021年度	1億1,500万円 ※うち正直屋300万円	33.5%	2人	<ul style="list-style-type: none">2021年6月、正直屋FCから脱退2021年9月、YouTubeチャンネル登録者数1000人突破
2022年度 ※見込み	1億6,000万円	31.0%	3人	<ul style="list-style-type: none">2023年1月、YouTubeチャンネル登録者数5000人突破

今回のYouTube支援についてリフォーム産業新聞でも取り上げられています

リフォーム産業新聞 2023年5月号

CATEGORIES: 総合リフォーム | 近畿

オガワ、YouTubeチャンネルでリフォーム会社を紹介するサービス開始

1551号(2023/05/01発行)3面

ツイート いいね! 1 シェアする B! 0 LINEで送る

「みやこリフォーム」の屋号でリフォームを行うオガワ（京都府京都市）は、リフォーム会社向けにYouTube動画集客コンサルを開始した。

サポート内容は主に2つ。まず、出演動画の撮影および編集、ネタだしのサポート。そして、動画出演企業一覧への掲載および内容の告知。希望があれば、経営支援も行う。



同社のYouTubeチャンネルには、すでに4社が出演している。（写真左は山口建設の山口博康社長）

動画出演企業の認知度向上へ

ターゲット層は従業員10人前後で、地元密着の企業。現在は無料でコンサルを行う。

「このサービスでは、出演するリフォーム会社の認知度向上を目指します。私どものホームページやYouTubeチャンネル内に企業情報を掲載し、出演動画以外からも認知される仕組みを作ります」（営業部長・小川剣人氏）

同社は2018年から元請けのリフォームを開始。約2年前、YouTubeチャンネル「みやこリフォームのリフォーム塾」を開設した。週1回のペースで動画をアップし、現在6000人以上のチャンネル登録者がいる。

年間の販促費用は、動画編集の約200万円だけだ。

動画集客を始める前後で粗利益、契約率は向上。以前は粗利益20%前後だったが、今は30%を超える。契約率も今は5割を超え、相見積もりが減った。

売上高も順調に伸ばしている。開始した当初は700万円だったが、今期は前期から40%近く伸び、1億6000万円を見込む。

「また、採用募集の動画をアップしたところ、それを見た経験者から応募があり、4月に入社しました。後発である私どもの成功事例を、他社さんにも伝えたいと考えています」

その他、みやこリフォームメディア掲載実績

新建ハウジング 2022年6月号

リフォーム産業新聞 2022年5月号

リフォーム産業新聞 2022年6月号



リフォーム部門、立ち上げ3年で年間売上1億 HP・SNSで集客から成約までの動線

建材卸のオガワ(京都府京都市)では、リフォーム事業部門として社内に設けた「みやこリフォーム」が、立ち上げから3年にして専任担当2人で年間売上1億を叩き出している。その動線がHPの詳しい事例紹介とYouTubeの2本柱をコアとして集客、集客から成約までの動線を一本化、確実に利益を上げている。そのプロセスを取組む経営部長の小川剛人さんに聞いた。



「Shiera ad RICHHELLE」

「もはやユニットバス」

「天高く上る」

「登録者2500人ではぼ様集客」

「工事の品質や出来栄の」

「小川さんは事例に力を入」

「YouTubeチャンネルでは」

「オガワのHPでは、暮らし」



毎日現場を回るYouTubeのチャンネルも、自分たちから撮った写真も、積極的に活用している。

「登録者2500人ではぼ様集客」

「工事の品質や出来栄の」

「小川さんは事例に力を入」

「YouTubeチャンネルでは」

「オガワのHPでは、暮らし」



粗利益の30%を給与に反映 最大月80万円の月も

オガワの主担当とサブ担当別のインセンティブ制度の違い

「みやこリフォーム」を始めた当初は、サブ担当の給与は、主担当の給与の7割程度で、インセンティブは主担当の1割程度で、サブ担当はインセンティブがなかった。現在は、主担当の給与の30%を給与に反映し、サブ担当の給与の12~15%を給与に反映している。

「オガワの主担当とサブ担当別のインセンティブ制度の違い」

「主担当のインセンティブ」

「サブ担当のインセンティブ」

「みやこリフォームの給与体系」

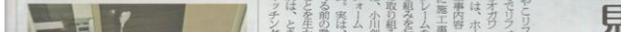
「年間の支給総額 = 主担当インセンティブ + サブ担当インセンティブ」

「主担当インセンティブの算定方法」

「サブ担当インセンティブの算定方法」

「YouTubeでは、暮らし、給与体系も公開、転職の応募者まで、動画を見てもらう」

「オガワのHPでは、暮らし、給与体系も公開、転職の応募者まで、動画を見てもらう」



見積もり公開でクレーム防止 「正直さ」をブランディング

「みやこリフォーム」を始めた当初は、サブ担当の給与は、主担当の給与の7割程度で、インセンティブは主担当の1割程度で、サブ担当はインセンティブがなかった。現在は、主担当の給与の30%を給与に反映し、サブ担当の給与の12~15%を給与に反映している。

「オガワの主担当とサブ担当別のインセンティブ制度の違い」

「主担当のインセンティブ」

「サブ担当のインセンティブ」

「みやこリフォームの給与体系」

「年間の支給総額 = 主担当インセンティブ + サブ担当インセンティブ」

「主担当インセンティブの算定方法」

「サブ担当インセンティブの算定方法」

「YouTubeでは、暮らし、給与体系も公開、転職の応募者まで、動画を見てもらう」

「オガワのHPでは、暮らし、給与体系も公開、転職の応募者まで、動画を見てもらう」

見積り費	70,000円
設計費	50,000円
施工費	40,000円
材料費	30,000円
労務費	15,000円
管理費	234,780円
粗利益	80,000円
粗利益率	35.00%

顧客・商談・入金・原価をまとめて管理
「粗利管理」
はお任せ!!
導入実績 200社以上!!

新製品! 養生テープ
お気に入りのインテリアに出せる1冊。