成長が止まる本当の理由が見える！

『外から見えない違い』大解剖セミナー

わたサポ株式会社
渡辺　寛士

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

はじめに

- No.1メソッド実践講座のフォロー（年商１～５億円を目指す話）がメインです
- シンプルにまとめましたが、基本を飛ばすので・・わからない部分は質問してください
- スライドの内容はメモ不要です

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

今日のゴール

1. 成長を止めている“見えない壁”を特定
2. 2026年と言わず「明日から」何を変えるべきかを決める
3. 進むべき道を明確にする

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

わたさぽホームが
やってきたこと

- 2024年1月から広告開始
- 2024年は新聞折込＆ポスティング、2025年はポスティングのみ
- その結果は…

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

現在は月約20件商談
→売上1000万

2024年	ポスティング配布実数	売上
1月	6,000	¥0
2月	6,000	¥481,800
3月	6,500	¥0
4月	6,500	¥187,800
5月	8,420	¥624,063
6月	9,113	¥367,061
7月	9,940	¥1,089,600
8月	16,104	¥29,370
9月	19,154	¥969,480
10月	22,684	¥4,339,924

ポイント①
（失敗事例）

⋮

2025年	配布実数	売上
1月	39,413	¥4,124,000
2月	44,670	¥1,163,800
3月	51,249	¥8,340,800
…7月	57,360	¥10,397,230

ポイント②
（もっといけた）

2025年のCPAとCPOは？

- CPA（問合せ1件獲得にかかる費用）：4.4万円
- CPO（受注1件獲得にかかる費用）：6.4万円
- ウェブ広告（LP）を組み合わせたら、もっと安くなったはず

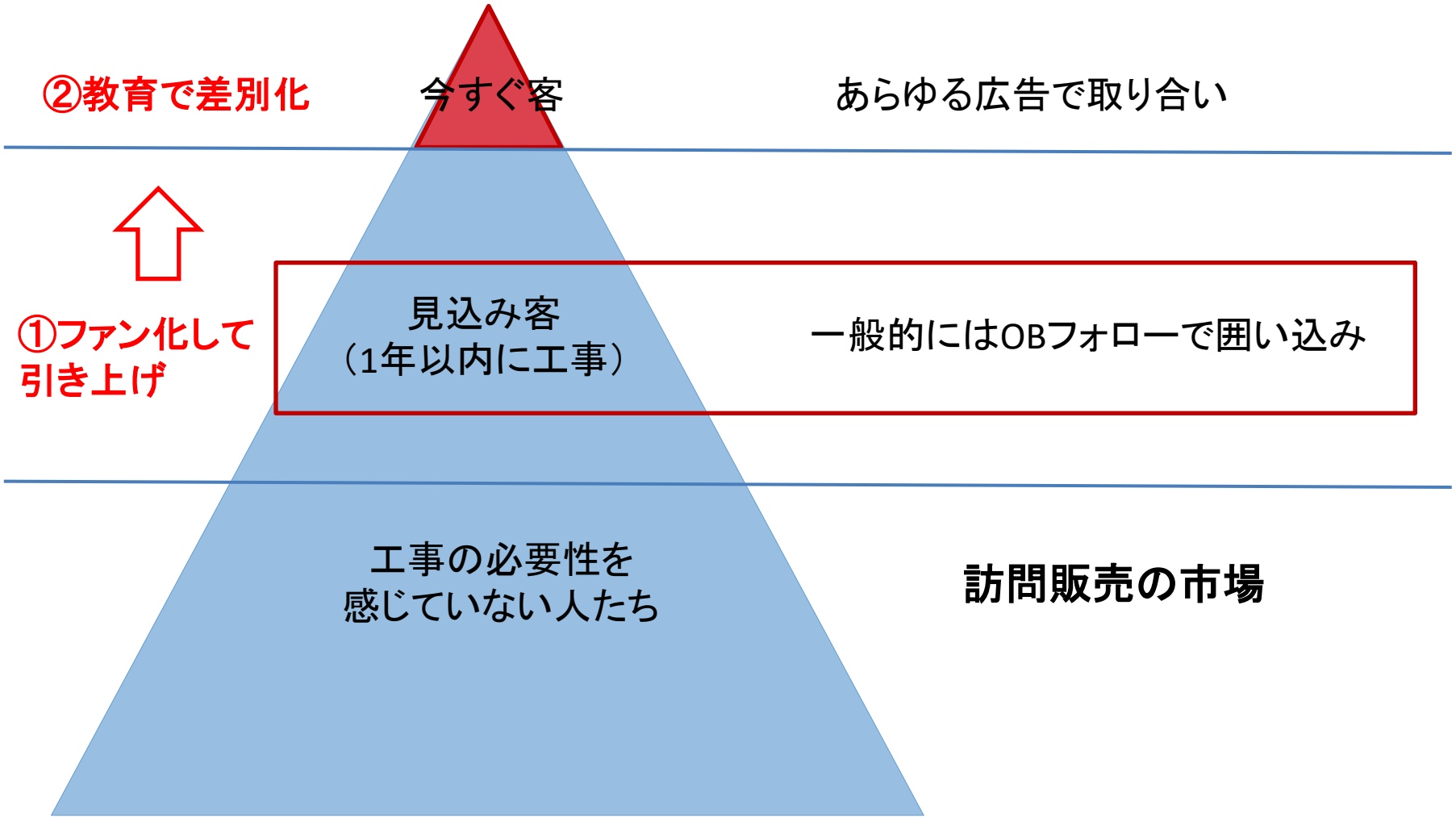
Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

なぜ、ニュースレターとチラシでスタートした？

- 素人でも契約率と客単価を上げたかったから
- 10年先のLTV最大化を見据えていたから
- WHは投資が早い。目先のキャッシュを追うなら、やり方を変えたと思う

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

「契約率＆客単価」「LTV」の最大化



10万人をOB化できたら・・

- OBと同じ「知り合い」感覚になってもらう
- 資本金300万円でスタートしたので、最初の数カ月は自社スタッフでポスティング
- この２年間で気付いたポイントは・・

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

ポイント①
伸びる社長は「未来から逆算」する

- 今、あなたは「積み上げ型」の思考になっていませんでしたか？
- WHは「1、3、5、10億円の壁を突破する」目標がある
- つまり、10億円から逆算して設計している

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

無計画は失敗を
計画するのと同じ

- 「目標」と「計画」は違う
- 計画がないから、98%の人が流されて生きている
- 計画を立てなければ、スタートラインにも立てない

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

結果を出す人の常識は、出せない人にとっては非常識

- 「計画」とは、進むべき道を明確にすること
- そのためには、期限を切った数値目標を立てる必要がある　例）3月は問い合わせ月20件獲得）
- 計画づくりは、合宿でも3日はかかるはず

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

ポイント②
伸びる社長は「あえて休む」

- わたさぽホームは、年間休日125日
- 給与も同業他社より5%以上高い。その理由は‥
- 考える時間が取れない社長は、伸びない。だから強制的に休む

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

何を考えたらいいの？

- 違和感を覚えたところを改善する
- おすすめは、日記をつけること
- 違和感の正体を突き止めるには、数字に強くならざるを得ない

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

例：支払い管理⇒粗利率UP

1 **支払予定入力**　№82以降より入力

2							支払い		支払い				
3	顧客No	お名前	工事名	追加工事	工事期間	施工費の支払先	施工費(税込)	製品代(材料)の支払先	製品代(税込)	原価(税込)	売上価格(税込)	粗利益	利益率
129	136	土井　功	小工事			川末さん	¥5,500			¥5,500	¥6,600	¥1,100	17%
130	86	石附俊男	小工事			KENTIKU屋：近藤	¥210,760		¥154,000	¥364,760	¥467,500	¥102,740	22%
131	148	根木ふみお	塗装			RYUGI：中根	¥715,000	アステックペ…	¥172,238	¥887,238	¥2,145,000	¥1,257,762	59%
132	148	根木ふみお	塗装					DAITO		¥0		¥0	
133	107	藤原　美紀	トイレ			鎌田設備：鎌田	¥33,000	インターネット	¥60,500	¥93,500	¥131,450	¥37,950	29%
134	107	藤原　美紀	トイレ			鎌田設備：鎌田	¥33,000	友工商事	¥146,240	¥179,240	¥223,850	¥44,610	20%
135	108	木下　逸子	小工事			KENTIKU屋：近藤	¥282,700			¥282,700	¥352,000	¥69,300	20%
136	141	中島	窓、サ…			株式会社せのお：大森	¥517,000			¥517,000	¥696,300	¥179,300	26%
137	141	中島	駐車場			一柳建設：一柳	¥2,871,000			¥2,871,000	¥3,410,000	¥539,000	16%
138	43	河原　勉	小工事			exteriorオキハ：内田	¥46,200			¥46,200	¥60,500	¥14,300	24%
139	138	湯浅よしお	小工事			川末さん	¥11,000	友工商事		¥11,000		-¥11,000	
140	138	湯浅よしお	小工事			ライフネット難波：…							
141	174	安東美恵子	小工事			株式会社せのお：大森	¥169						
142	170	武松知廣	小工事			鎌田設備：鎌田	¥11						
143	54	木野　友義	クロス		2025/04/01	インプラス：田淵	¥147						
144	54	木野　友義	小工事		2025/04/01	桂さん（シャッター）	¥38						
145	16	浅原	小工事			RYUGI：中根	¥11						

入金の有無	製品支払	マネクト申請	振込の有無	マネクト電子帳簿	請求書電子帳簿
現金集…	なし	申請済み	振込み済	保存済み	保存済み
未	未	未	未	未	未
着手金…	未	未	未	未	未
未	未	未	未	未	未
未	未	未	未	未	未
未	未	未	未	未	未
未	なし	未	未	未	未
未	なし	未	未	未	未
未	なし	未	未	未	未
全額入金	なし	申請済み	振込み済	保存済み	保存済み
未	未	未	未	未	未
未	なし	未	未	未	未
未	なし	未	未	未	未
未	未	未	未	未	未
未	なし	未	未	未	未
未	なし	未	未	未	未
未	なし	未	未	未	未
未	未	未	未	未	未
未	未	未	未	未	未
未	未	未	未	未	未
未	未	未	未	未	未

社長の仕事とは‥

- 学んで、考えて、寝る！
- 疲れるけど、いかに第二領域のタスクに取り組めるかが大事

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

利益を生む第二領域のタスクに集中する

■第一領域 ・締切が近い仕事 ・突発的なトラブル ・今日やるべき現場仕事	■第二領域 ・マーケティング ・社員教育 ・計画の見直し ・勉強	高
■第三領域 ・多くの電話 ・無計画な飲み会 ・いろいろなお付き合い	■第四領域 ・くだらない遊び ・スマホでの暇つぶし ・役に立たない一切の活動	低
高	低	

重要度

緊急度

（５分）状況をシェア

- 社長としての働き方について、気付いた点を周囲の方と話し合ってみよう
- テクニック系は出てこないので、WHの取り組みで気になるものがあれば質問をお願いします

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

ポイント③
伸びる社長は「5年後」を見ている！

- 多くの社長が、目の前の売上ばかり見ている
- その結果、テクニックに頼る
- 経営はマラソン。５年、１０年先の売上最大化から「逆算」する
- 目標→逆算→計画→実行、の順が正解

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

逆算できないと
「ずっと」目先の売上で苦しむ

- WHが重視しているのは、「認知度」「リスト数」「話した人の数」の3つ
- 焼畑農業（新規ばかり）で食っていける時代ではない
- だから、顧客のファン化に力を入れている

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

顧客リストの獲得と維持！

- ここに資金を使える会社が、市場を制圧する
- 長期的視点とは「LTV最大化」のこと
- 短期と長期のバランスが大切

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

バランスが崩れた結果‥

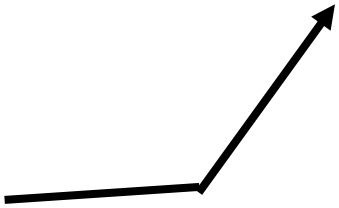
2024年	ポスティング配布実数	売上
1月	6,000	¥0
2月	6,000	¥481,800
3月	6,500	¥0
4月	6,500	¥187,800
5月	8,420	¥624,063
6月	9,113	¥367,061
7月	9,940	¥1,089,600
8月	16,104	¥29,370
9月	19,154	¥969,480
10月	22,684	¥4,339,924

⋮

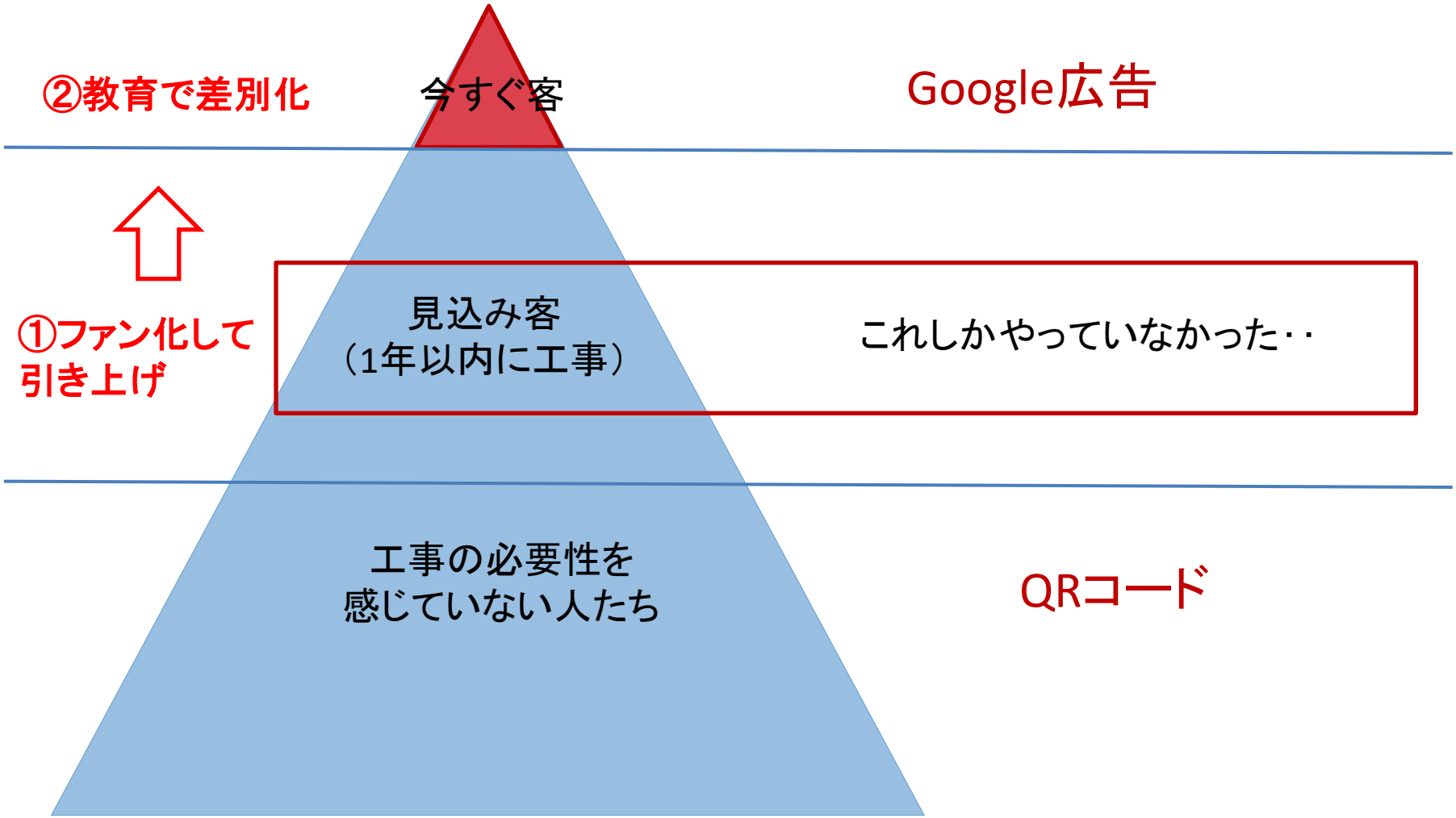
2025年	配布実数	売上
1月	39,413	¥4,124,000
2月	44,670	¥1,163,800
3月	51,249	¥8,340,800
…7月	57,360	¥10,397,230

短期的視点が
欠落した結果

売上イメージ
（LTV最大化）



もう一度やり直すなら‥


②教育で差別化
今すぐ客
Google広告
①ファン化して
引き上げ
見込み客
（1年以内に工事）
これしかやっていなかった‥
工事の必要性を
感じていない人たち
QRコード

ポイント④
伸びる社長は
「広告費への考え方」が逆！

- あなたにとって、広告は減らしたいものですか？
- 僕は顧客リストの獲得と維持に1円でも多く使いたい
- 費用対効果を最大化したいから、数字を見続ける

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

体重計に乗らずに
ダイエットできます？

- 数字を見なければ、１００％挫折する
- 「広告費が高すぎる」と安易にやめてしまう社長も多いが・・

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

「契約ゼロ」が最も高くつく

■2025.7~2026.6

■ポスティング

	7月	8月	9月	10月	11月（途中）	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	合計/平均
配布数	57,360	56,157	62,674	69,551	70,000								315,742
反響数（OB・近隣除く）	15	5	18	17	11	0	0	0	0	0	0	0	66
反響割合	3,824	11,231	3,482	4,091	6,364	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	4,784
契約数（発生日）	11	3	14	10	7	0	0	0	0	0	0	0	45
契約割合	5,215	18,719	4,477	6,955	10,000	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	7,016
広告費	¥823,835	¥966,634	¥1,127,866										¥2,918,335
CPA	¥54,922	¥193,327	¥62,659	¥0	¥0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	¥44,217
CPO	¥74,894	¥322,211	¥80,562	¥0	¥0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	¥64,852

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

“閾値”まで出せば結果も変わる

- 「CPA」「CPO」「反響割合」
- この3つを長期で計測すると、閾値が見える
- 閾値が見えたら「どれだけ広告を出せば、損しないのか」も見える

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

広告は何のために改善する？

- 問い合わせを増やすため･･は、浅い
- 「CPA」「CPO」「反響割合」を下げるため
- もしくは「契約率と客単価、LTVアップ」のため
- 改善するのは「媒体」「市場」「オファー」の3つ

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

オファーをいくつテストした？

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

（５分）シェア

- 短期と長期のどちらの視点が強かったのか
- 広告に対する考え方
- 上記で気付いた点を、周囲の方とシェアしよう

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

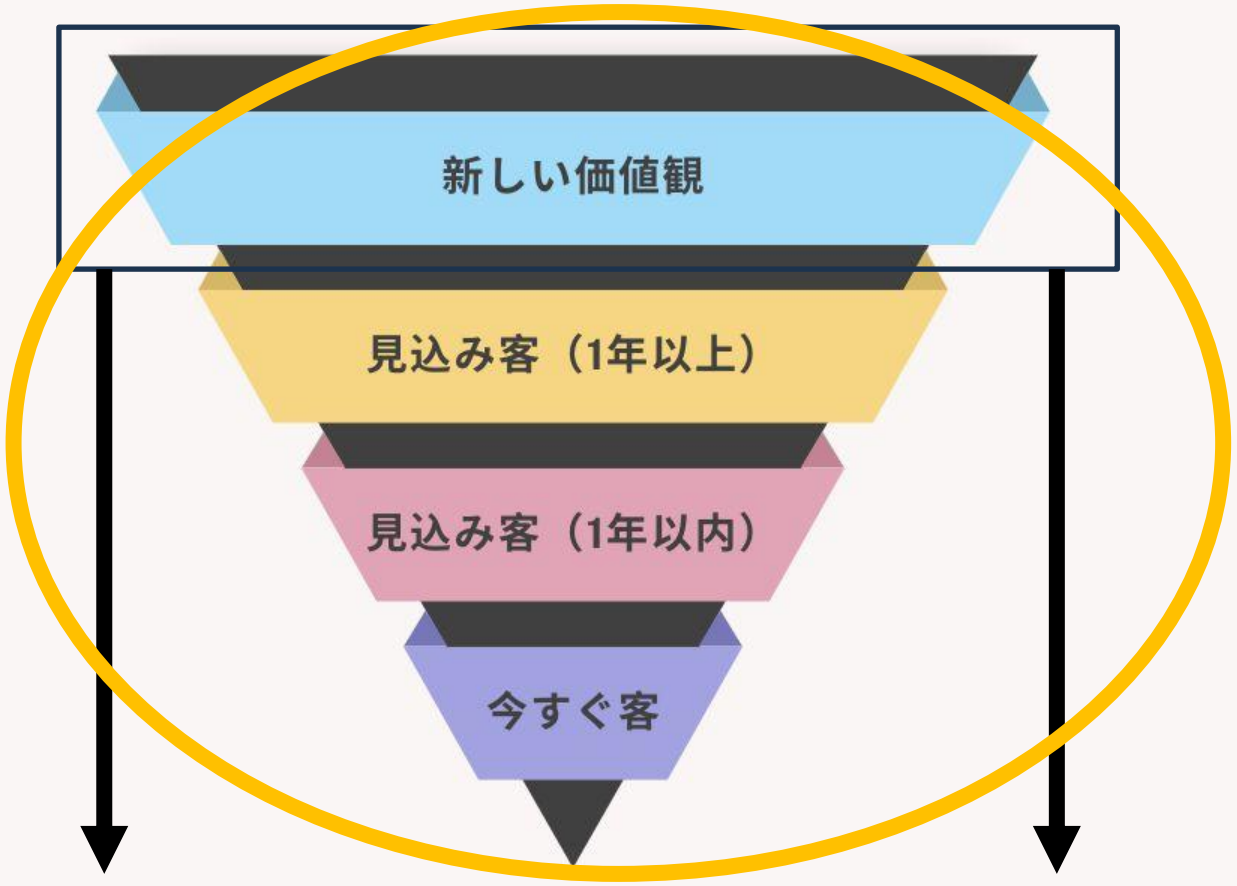
ポイント⑤
伸びる社長は“価値観“を伝える

- ミッションや理念、ポジショニングのこと
- 強みや差別化要因でも良いが、顧客に選ばれる要素が必要
- 一点突破で、統一された発信を行っている

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

一貫性が大事

あなたの会社が伝えたい価値観を伝え続ける



市場を囲い込む

発信内容は変えなくて良い

- 飽きているのは社長だけ。顧客は1回や2回聞いたくらいでは覚えない
- しつこいくらいに、同じ価値観を繰り返し伝える必要がある
- この価値観、ストーリーが「ブランド」に育っていく

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

ポイント⑥
伸びる社長は
“見込み客を教育”している

- 売り込まなくても選ばれるには、教育が必要
- 成約率と客単価アップのためにも重要

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

価値観が変われば行動も変わる

- 顧客が「値段だけで判断してはダメ」という価値観に変われば、重視するポイントも変わる
- 結果、顧客の行動が変わる
- だからこそ、僕たちは自社の価値観を伝えて教育する必要がある

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

WHの価値観は・・

- 質が高い工事をお届けするために、職人を買い叩かない
- 顧客フォローも誠実に行う
- そのために必要な利益を乗せた価格を提示している

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

口頭だけでなく資料も渡す

- 家族に説明できるように、同じ内容を記したパンフレットと三つ星リフォームを渡している

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

教育がもたらす
見込み客の価値観の変化

- 「安さを重視」→「信頼を重視」
- 「価格が高い」→「安心できる」
- →教育することで「適正価格で契約したい！」と行動が変化する！

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

教育とは、押し売りの逆

- 損得ではなく、好き嫌いで判断してもらえる
- 値引きを求められず、比較もされない
- LTV最大化のためにも「教育」が欠かせない！

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

ポイント⑦
伸びる社長は
“同時並行”で勝負する

- 多くの会社は、1つずつ片づけている
- しかし、時間は限られている
- 同時並行の“手数”が増えるほど、成果の出る確率は一気に上がる

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

ピストルより“散弾銃”で勝負する

- ピストル（行動→結果）では、外れた時のダメージが大きい
- 小さく多く撃つことで、“当たり”が見つかる確率が一気に高くなる
- 正しくは「40%で行動 → テスト結果 → 改良 → 結果」

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

「総合力」が物を言う時代だからこそ‥

- どれだけ早くテストし、どれだけ多くの弾（施策）を撃てるかが成長スピードを決める。
- 多くの弾を撃つために、「時間」と「質」をお金で買う
- つまり、他人の力を頼る

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

社長の仕事は「第二領域」が原則

- 動画編集、施工事例更新、チラシデザイン・・
- どれも必要だけど、利益に直結するタスクではない
- ポスティングも社長の時給を考えると割にあわない

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

“自分より優秀な人”の力を借りよう

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

1回で諦める会社に、成功は来ない

- 工務店・リフォーム会社の元請けは、お金がかかる
- 下りのエスカレーターを逆走するような時代。以前のように一発で上手くいくことは少ない
- だからこそ、成果が出るまで「高速で」修正する

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

成果が出るまで「高速で」直し続ける会社が勝つ

- しつこく、しつこく、勝つまでやる
- 直すほど当たりが出るので、最低3回は改善する
- 修正回数＝成功。勝ちパターンは“修正の先”にしか現れない

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

（５分）シェア

- 本日の内容と、自社の取組内容で「ここが違ったな」と感じた部分をシェアしよう

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

7つのポイント：優先順位

1. 「未来から逆算」する
2. 「あえて休む」
3. 「5年後を見ている」
4. 「広告費への考え方」が逆
5. 「世界観がある」
6. “見込み客を教育”している

7.「同時並行」で
全部やる！

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

もう一度、最初から
やり直すなら何を変える？

1. 「短期的視点」をもって計画を立てる

2. ポスティング部数の拡大スピードを変える（Google広告のテスト）

3. 近隣営業（手紙込）と、QRコードも使って広告に反応しない方を顧客にする

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

2026年に取り組む内容

～5000万円	1億円	1.5億円	3億円
契約率を重視 セールス	ビジネスモデル ポジショニング(60点レベル) 平均レベルのウェブ対策	ポジショニング(80点レベル) ウェブ集客の強化 客単価アップ 1対多の集客 リピート強化	ポジショニング(100点レベル) 広告の最適化 マニュアル化 多店舗展開できるビジネスモデル

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

２億円ペースで粗利最大化

1. ポスティング拡大は7万部でストップ（距離の問題）
2. 初回契約時の客単価アップ
3. 広告の全方位調整
4. ウェブ集客の強化（動画ブログとリスティング広告）

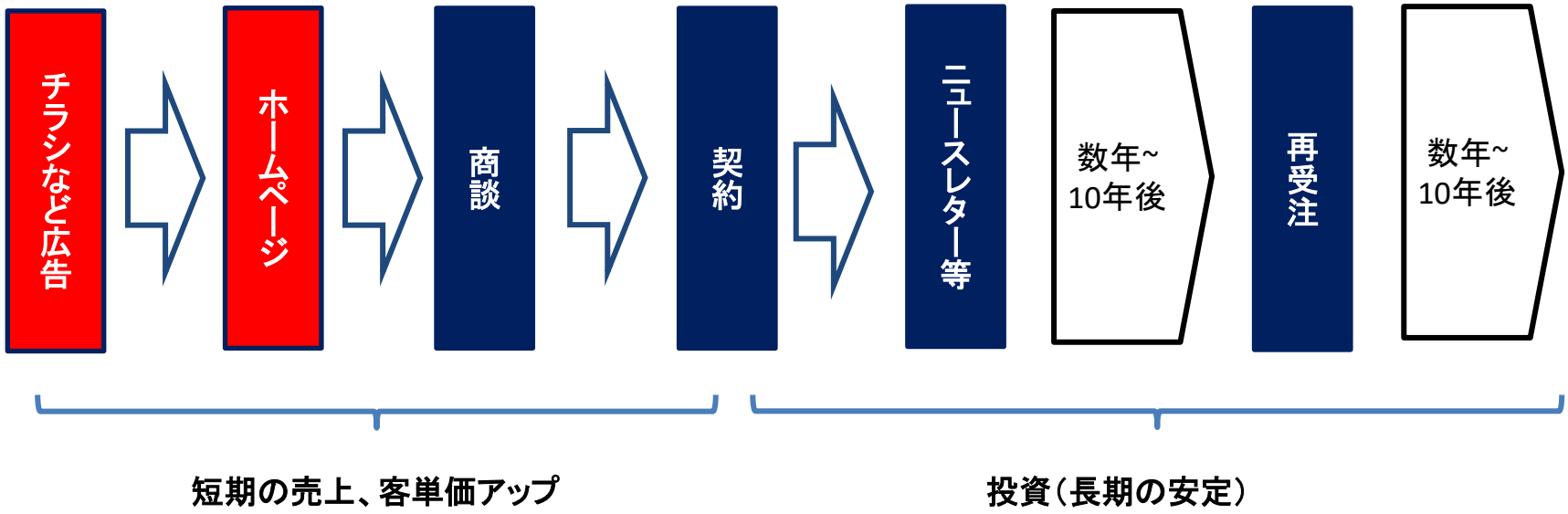
Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

２億円ペースで粗利最大化

5. 近隣とOBからの受注強化（予備としてJV）
6. 営業マニュアルの検証
7. 塗装勉強会とリフォームイベントの実施
8. 多店舗展開の準備

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

要は、この流れの価値最大化



- 入口商品を変えながら広告テスト
- 7万部エリアで頭1つ抜け出した存在になる

来年は「LTV最大化」のテスト

- 1億円を超えたら、誰もが通る道
- 「同時並行」で全部やるために、考える時間を設ける
- 僕も①～⑦のポイントをマスターすべく精進しています

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

Q&A

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

お知らせ

- 今回のセミナー参加者の方は「チラシ作成」お受けします（年内はあと5社まで）
- A4/B4：税込61,820円
- A3/B3：税込85,140円（A3パンフレットも同様）

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

こちらは随時受付中です

- マネクト（無料、サポートつきます）
- 施工事例集（税込8.8万）
- ニュースレター（エリア制限あり、税込54,780円）

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

３つ星リフォーム（２０２６）

- 掲載枠は残り4社
- 税込３３万円で、お近くの書店とAmazonで発売されます
- 執筆は不要。発売時に１８０冊もらえます

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

位置情報がわかる
QRコード

- FTP（サーバーへのログイン情報）があれば作れます
- 税込16.5万円（買い切り）
- ５０万円以上のホームページ制作や修正をご依頼いただいた方は、無料でお付けします

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.

ご清聴ありがとうございました

- アンケートにご協力をお願いします

Copyright © 2025 by Hiroshi Watanabe All Rights Reserved.