



株式会社ウィズモー

工務店のための 強い組織づくり戦略

成長を支える人事・財務・Webの融合

なぜ今、工務店の組織づくりが見直されるのか？

現代の住宅業界は大きな転換期を迎えています。
お客様の情報収集行動や競合環境の変化により、従来のやり方だけでは成果を出すのが難しくなっています。

住宅業界の変化と課題

- ✓ お客様はスマホで情報収集し、展示場訪問前に企業を深く調べています。
- ✓ ローコスト競合やパワービルダーとの価格競争が激化。
- ✓ 人材不足や利益率低下など、多くの経営課題に直面しています。

成功企業の共通認識

- ✓ 自社の強みを「尖らせる」ことを徹底。
- ✓ 「凡事徹底」（当たり前のことを徹底してやりきる）で信頼を築く。
- ✓ 変化に対応し、未来へ向けた組織変革を進める。

経営を成功させるには、目先の売上だけでなく、
未来を見据えた組織づくりが不可欠

組織を強くする「人事戦略」



社員のモチベーションと成長を促す人事評価制度は、強い組織の土台です。

営業歩合制の限界と見直し



これまでの歩合制は営業のやる気を引き出しましたが、今はWebやSNS集客が主流となり、営業一人だけで契約が決まる時代ではなくなりました。
歩合偏重は人件費の高騰や部署間の不公平感、チームワークの低下を招くリスクがあります。

これからの人事評価



営業成績に加えて、顧客育成や情報共有、後輩育成、部署間の連携を評価項目に加えるべきです。
また、金銭報酬だけでなく、表彰や感謝の気持ちを伝えることで、社員のモチベーションを高め、仕事に誇りを持たせる仕組みを作ります。

経営規模と評価制度

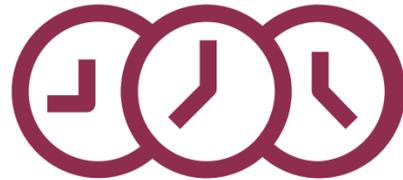


社員数が少ない場合は社長の目が届きやすいため、詳細な評価制度がなくても問題ないことがあります。
しかし、社員数が増えると、社長一人で全員を管理するのは難しくなります。
そのため、評価制度を整備し「何をすれば評価されるか」を明確にすることが重要です。

組織を支える「財務戦略」



工務店特有の財務リスク



建設業は、契約から入金まで半年～1年かかる「キャッシュフローのタイムラグ」が大きい。



資材費や人件費など「先払い経費」が資金を圧迫



PL（損益計算書）が黒字でも、手元資金不足で倒産する「黒字倒産」のリスクが高い業界



税金（法人税、予定納税）の支払い時期も大きな落とし穴

組織を支える「財務戦略」



安定した経営には、お金の流れを正確に把握し、適切に管理する財務の力が欠かせません。

1

利益を確実に残す視点と管理

- ✓ 建設業の営業利益率は平均3～5%と低いため、厳密な数字管理が必須
- ✓ 売上に対する経費比率の目安を持つ
(例：粗利30%以上、広告費3%、人件費10%以内)
- ✓ ダッシュボード活用で、リアルタイムに利益率や経費を追跡し、早期に対策を打つ

2

資金繰り対策と銀行との信頼関係

- ✓ 資金繰り表を「月単位」で作成し、将来の入金・出金を可視化する
- ✓ 数ヶ月先の資金ショートを予測し、早めに銀行へ融資相談して対策を打つ
- ✓ 日頃から銀行に数字と計画を共有し、信頼関係を築くことで、スムーズな資金調達が可能

組織で勝ち抜く「Web・集客戦略」



WebサイトやSNSは、単なる広告ツールではなく、組織全体の集客力を高める重要な要素です。情報過多の中で自社の発信が埋もれやすく、SNSや口コミで企業の実態がすぐに見透かされます。広告量を増やすだけでなく、戦略的な情報発信が求められています。

SNS



認知度向上、指名検索増加、直接誘導、ファン化に効果的。

YouTubeは集客・採用・業者用のチャンネル分けも有効。

Xは社長自ら発信し、共感や信用を築く。

Instagramは商品・ブランドごとにアカウント分けで世界観を尖らせる。

ランディングページ (LP)



初めての顧客を資料請求や来場に導く「入り口」。検索広告とLPを連携させ、顧客の興味に合わせた情報を提供。

ホームページ



会社を知る人が深く調べる「信頼の場」。

地域密着工務店は、大手にはできない「お客様との深い繋がり」と「地域に合わせた家づくり」を口コミや紹介を活かして集客しましょう。また、異業種とのコラボイベントも集客力を高める要素となります。

組織を動かす「経営・現場力」

持続的な成長には、明確なビジョンと日々の業務における徹底した質管理が不可欠です。

明確なビジョンと「凡事徹底」の文化

「どんな家を、どんな地域に、どんな価値を届けたいのか」というビジョンを全社員で共有し、日々の業務で「凡事徹底」を実践することで、信頼とブランド力を築きます。
例えば、現場の清掃、報連相の徹底、引き渡し後の点検などがその一環です。

明確なビジョンと「凡事徹底」の文化

営業プロセス

商談回数と各ステップのゴールを明確にし、誰でも再現できるマニュアル化を図る。
ロープレや見本動画で営業力を底上げ。

現場品質管理

担当者任せにせず、全社で統一された品質基準とチェック体制を構築。
工程管理ツールで品質のムラを防ぐ。

原価管理

工事の遅延や追加工事で粗利が減るのを防ぐため、リアルタイムで原価を把握・管理する。

社員の成長と定着を促す組織づくり

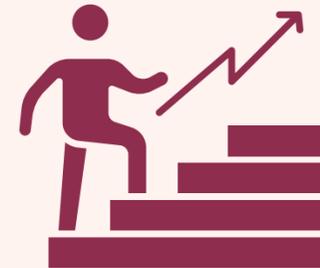


採用



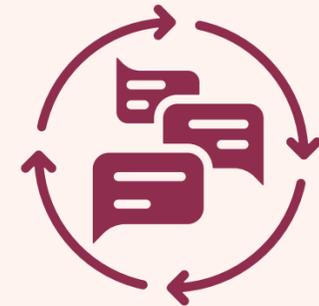
単にスキルや経験だけで選ぶのではなく、「どんな家をどんな想いでつくるか」という自社のビジョンに共感し、会社の風土に合う人材を採用します。
入社前の見学や面談でミスマッチを減らし、長く働きたいと思える職場にすることが大切です。

育成



昇給・昇格の基準や流れを明確にし、社員が「頑張ればどう評価され、どうステップアップできるか」を理解できる仕組みをつくれます。
ロープレや研修、先輩の同行などでスキルアップを支援し、成長をしっかり後押しします。

フィードバック



上司から一方的に指摘するのではなく、社員自身が課題を考え、どう解決するかを一緒に対話しながら引き出すフィードバックを行います。
これにより主体性が育ち、自分で考え動ける社員が増えます。

持続的成長を可能にする強い組織へ



工務店が勝ち残るためには、組織全体の変革が求められます。

人・金・情報を統合した戦略

- ✓ **人事**
チームワークと育成を重視した評価制度へ。
- ✓ **財務**
キャッシュフローを可視化し、黒字倒産を防ぐ堅実な管理を。
- ✓ **Web**
SEOを核に、Webサイト、SNS、広告、LINEを有機的に連携。

共通のビジョンと凡事徹底の文化

- ✓ 社員全員が会社の向かうべき方向を理解し、日々の業務で質の高い当たり前を積み重ねる。

継続的な改善と投資

- ✓ PDCAサイクルを回し、小さな改善を粘り強く続ける。
- ✓ 未来の成長を見据え、人材やWebへの投資を惜しまない。

変化を恐れず、今から「強い組織づくり」に取り組む工務店こそが、地域で一番に選ばれ、持続的に成長できるでしょう。



工務店様限定・特別コミュニティのご案内

👑 ウィズモーラウンジ | 工務店のための情報共有と学びの場

- ☑ SNSでは話せない「裏話」や「限定ノウハウ動画」
- ☑ 工務店経営に役立つ勉強会情報を定期発信
- ☑ 他社の成功事例や外注先情報のシェア
- ☑ 東京開催の勉強会では、住宅系インフルエンサー・経営者と直接交流も！

直近のイベントご案内

価値あるつながりと情報をあなたに！詳しくは担当までお気軽にお声がけください。

01

👑 ウィズモーラウンジ
- 工務店コミュニティ -

コミュニティ向け勉強会

工務店販売戦略とコミュニティの使い方

パートナー紹介・グループ質問会

参加方法：Google フォームよりお申し込みください

7/29 火 Zoom開催
20:00-21:30

株式会社ウィズモー 代表
小倉 和

02

👑 ウィズモーラウンジ
- 工務店コミュニティ -
ウィズモーラウンジ交流会

＼ 工務店業界の皆様来てください！ /

● 参加費：5,000円
(ドリンク・軽食込み)

● 都内開催

参加方法：Peatixよりお申し込みください

お食事しながら
交流しましょう！

8/29 金 19:00-21:00

株式会社ウィズモー 代表
小倉 和

会社概要



株式会社ウィズモーは、住宅会社向けに経営支援や営業コンサルティング、各種セミナー企画・運営などを行う、住宅業界に特化した支援サービス企業です。

代表	小倉 和
所在地	〒150-0002 東京都渋谷区渋谷2-19-15 宮益坂ビルディング609
電話番号	03-6362-0875
利用開始日	<ul style="list-style-type: none">• 各種コンサルティング事業• 住宅会社向けの経営支援、営業コンサルティング業務• 各種セミナー、研修、イベントなどの企画、開催、運営及び管理• フランチャイズチェーンシステムによる加盟店募集及び加盟店の指導業務• 各種商品の企画、製造、販売及び輸出入• インターネットによる広告業務及び番組配信
URL	https://withmo.co.jp

\ 無料 /
ウィズモーラウンジに
参加する

