



建築サポート流

地域工務店が最短で「地域一番店」になる

売上・集客・利益を 10 倍にする黄金戦略マニュアル

第 0 章 | 成功の【原理原則】

1. 信頼がすべての土台(孫子の「道」+卓越の法則)
→ 家は「人」で売れる。まず“共感”されることが地域 No.1 の起点。
 2. 競争を避けることが最強(ブルーオーシャン戦略)
→ 「比較される時点で失敗」。独自領域に入れば価格も競合も関係ない。
 3. “選ばれる”のではなく“探される”存在になる(卓越の法則)
→ 他と違うのではなく、「圧倒的に優れている」何かを 1 つ持つ。
 4. 仕組みが人を超える(ユダヤ商法)
→ 優秀な職人や営業に頼らず、誰でも動ける流れを構築する。
 5. 地域密着 × 顧客密着こそ永続経営の源(華僑の商法)
→ 顧客を“一生のパートナー”とする視点を持てば、紹介・信用が循環する。
-

第 1 章 | 真空マーケットを発見・構築する

▶ 他社が無視している“空白の市場”を見極める

- 住宅業界には「競争の激戦区」と「無人地帯」がある。
- 大手が拾わない客層を狙う。例：
 - 小さな平屋・ローコスト自然素材住宅
 - 建売に不満のある 2 回目・3 回目の建築客
 - 土地探しから支援してくれる一括対応住宅

▶ 競合がない「カテゴリ」を作る

- ・ 「自然素材の家」「高断熱住宅」はありふれている。
 - ・ 「自然素材 × 平屋 × 顧客参加型設計 × 地域密着」など、複合要素で独自ジャンルを確立。
-

第2章 | “探される存在”になるための卓越戦略

▶ 卓越の法則(3つのタイプ)

タイプ	内容	活用方法
商品の卓越	圧倒的に良いモノを提供	他社が真似できない高性能・高耐久住宅
顧客密着の卓越	顧客に深く寄り添う姿勢	ライフスタイル・資金・土地すべてに関与
業務の卓越	仕組み・効率の卓越	設計・施工・提案の流れを一貫して標準化する

→ 地域工務店に最適なのは「顧客密着 × 業務卓越」のハイブリッド型。

第3章 | 孫子の兵法 × 経営戦略

要素	意味	建築サポート的活用例
道	理念と方向性	顧客と職人と自社の“三方良し”
天	タイミング	時期・補助金・流行に合わせた戦術
地	地域特性	地域の生活文化・気候風土に適した住宅設計
将	リーダーシップ	経営者がビジョン・戦略を持ち、現場に干渉しすぎない
法	仕組みとルール	提案・設計・発注・工事の全体最適プロセス化

第4章 | ユダヤ × 華僑の「商売の型」で利益構造を強化する

▶ ユダヤ商法：仕組みで回す

- 数字・データで管理する(工期、利益率、紹介率、歩留まりなど)
- 「1棟いくら」で考えるのではなく、「顧客1人の生涯価値」で捉える

▶ 華僑商法：人と信用の商売

- 顧客・OB・地元業者との関係を資産と捉える
 - 「紹介が生まれる仕組み」=永続するビジネス
-

第5章 | 集客の自動化とブランド構築

▶ 地域No.1になるブランディング戦術

- 家ではなく「人・理念・仕組み」で信頼される会社に
- 「〇〇の家ならあの人に聞けば間違いない」と言われる状態をつくる

▶ 媒体と導線の設計

- SNS(Instagram・YouTube・LINE)で興味喚起
 - ホームページ・ブログで共感・信頼を醸成
 - 無料相談・メールサポートで本音を引き出す
-

第6章 | 仕組みで回る「地域一番店モデル」

▶ 営業マン不要 → 顧客が勝手に集まる仕組み

- 無理な売り込みなし

- 顧客の「学び・理解・共感」を支援する仕組み

▶ 設計と施工の分離による最適化

- 自社ですべてを抱えず、適材適所の外注ネットワークで“良い家”を“早く・安く・確実に”

▶ フロントとバックの明確な分業

フェーズ	誰が担当すべきか
顧客接点(相談)	経営者・理念を理解した担当者
設計・見積	信頼できる設計者と積算者
施工・品質管理	地元の実力派施工業者と現場監督

第7章 | 地域一番店になるための9ステップ

- 【市場を分析】:誰も気づいていない真空ゾーンを見つける
- 【自社の強みを言語化】:「何のために建てるのか」を明確に
- 【対象顧客を明確化】:「誰のどんな悩みを解決するか」を絞る
- 【商品を一つに絞る】:圧倒的な商品を一種類つくる
- 【SNS・WEB 戦略】:無料の情報発信を継続して実行
- 【顧客対応を標準化】:初回対応～契約までのプロセスを型にする
- 【施工を仕組化】:外注・職人・資材手配を全体最適で整える
- 【信頼の連鎖を設計】:紹介・口コミが生まれる導線を用意
- 【成長より永続】:「数ではなく質」で地域から消えない存在になる



最終結論 | 建築サポート流とは？

価格競争や過剰サービスから抜け出し、
仕組み・信頼・価値で勝つ “地域密着型卓越工務店モデル”
競争を避け、顧客と共に未来を創る新しい工務店経営。