

SD研は、こういう会社です。

ご / 案 / 内

集客力がアップし、
女性の戦力化ができ、
健康&エコリフォームの技術と販促法が習得できる、
そんな実践行動派の、研究熱心なグループです。
定期開催している研究会・研修会へご参加ください。

SD研会員の仲間になると・・・

「店舗集客力を高める3種の神器」で、営業力が高まります。
自社の強みを活かした「受注の仕組み」ができます。
お客様が育ち、女性が育ち、後継者が育ちます。
健康でエコな家づくりの知識、技術、知恵が習得できます。
現場がショールーム化し、ファンや見込み客が育ちます。
「ヒーリングステーション」で地域情報拠点が多くできます。
備長炭でファンづくり・見込み客づくりができます。
確実に紹介受注が増えます。
ニッチ市場で他社との大きな差別化ができます。
会員様同志の出会い、ふれあい、お付き合いで刺激になります。

困ったときのSD研、貴社の身近な相談先

SD研 株式会社スペース・デザイン研究所

地域になくなくてはならないオンリーワン企業になるために

SD研システムのご案内(Q & A方式)

私ども(株)スペース・デザイン研究所(略称:SD研)は、以下のような会社です。

Q:主な業務内容は何ですか?

A:シックハウスを予防し、家族団らんが深まる住まいと暮らしの研究。備長炭や自然健康素材を活用した家づくりとその販売支援。個人力に依存しない「受注の仕組み」づくり支援。チラシ反響に変わる「店舗集客力アップ」支援。これからの中心的人財となる「女性の活用」や「後継者育成」支援などが、主な業務です。

Q:経営理念は何ですか?

A:会員様との共通理念は、事業を通じ「環境と住まいとご家族の健康を守る」ことです。そういう住環境(スペース)を創造(デザイン)していくことが、使命です。

Q:SD研関連の出版物はありますか?

A:はい、平成13年12月に文芸社より「家族“暖”らん」を出版しました。シックハウスを予防し、家族団らんが深まる住まいと暮らし方、炭や自然素材の活用法、住まいのDIYやメンテナンス法などを解説しています。この本を題材に、全国各地で講習会を開催し、会員様のファンづくり・見込み客づくりの直接的なお手伝いもしています。住まいづくり用講習会のテキストとしても、ご活用いただいています。

Q:SD研が推奨するシックハウス予防策とは何ですか?

A:現在のような有害揮発性成分を一つ一つ除去していく対処法ではなく、家全体の風通しを良くする。
薬剤を止め、呼吸する自然素材をふんだんに活用する。
リビング中心の住まいにし、子供室の環境を改善する。
この3点と、住まいと暮らしの環境をバランスよく改善していくことです。

Q:SD研が推奨する家づくりとは何ですか?

A:木の持ち味や特性を十分に活かした家づくりです。そして、健康性、環境性、安全性、長寿性、防犯性、柔軟性を有し、近所付き合いのできる、開放的な家づくりを推奨しています。日本伝統の民家に、そのヒントがあります。

Q:無駄な広告費等のコストを抑え、営業力を高めたいのですが?

A:個人の力や経験、勘、チラシ依存体質から脱皮するためには、まずは自社の強みをフルに活かした「受注の仕組み」を作り、「店舗集客」していくことです。「ファン」「熱心なファン」「見込客」「契約客」「既存客」「お得意様」という流れを作り、段階別にお客様を育て、サイクル化していきます。これにより少数精鋭型の強い組織ができあがり、受注も安定します。

Q:SD研流「店舗集客(ファンづくり・見込み客づくり)」の具体策は?

A:シックハウス予防をコンセプトにした「店舗集客3種の神器」を揃えています。月刊衣食住健康ミニコミ紙「かわら版(A4 4頁)」の発行支援です。私どもで毎月企画した原本をご提供し、必要部数だけ印刷し、お使いいただいています。会社や現場で定期開催する「衣食住健康関連ミニイベント」の企画支援です。イベント通じて店舗集客力がアップします。敷居が低く、入りやすい店舗になります。本物にこだわった備長炭や自然素材などの「衣食住自然健康商品」です。製造元直の仕入れで安価に卸価格を設定しています。リピート性が高く、口コミで広まります。

Q：営業マンがいなくても成果が上がりますか？

A：はい、大丈夫です。営業マンのいない2, 3名の会員様でも、前述の3種の神器を有効活用することで、成果を上げています。現場と会社を集客し、“お世話をする”という活動が主になるため営業マンでなくても世話好きな方ならどなたでもできます。特に注目すべきは、女性の活用と戦力化です。私どもが、最も得意とする分野です。

Q：見込み客づくりのとおきの方法は？

A：前述の衣食住自然健康商品を取り揃えた、健康と癒しのミニショップ「ヒーリングステーション(HS、1坪大以上)」を店舗内に設置します。会社と現場のご近所のご縁を大事に育てていきます。そして、かわら版を配布しながら、会社で定期開催するイベントに誘い出しをしていきます。人が集まると備長炭等健康商品は自然に売れていきます。何回か店舗集客していくと、熱心なファンや見込み客が育ってきます。地域内に同様のミニショップを展開していくと、有力な地域情報拠点になります。

Q：備長炭は、有効な販促ツールになりますか？

A：はい、なります。備長炭の原料は木です。備長炭が好きな人は、木が好きな人。商談前の最も手間がかかる信頼関係づくりも、備長炭で短縮できます。備長炭も木も自然素材も、本物商品を取り扱っていると、本物志向のお客様が集まってきます。ノベルティ・用備長炭1本の出会いから、自然素材を活用したリフォーム、改修、建替えへと発展した事例は数多くあります。例えば、お水用備長炭 お風呂用備長炭 寝具用備長炭商品 置炭 住まいの健康診断 自然素材を活用した大改修へ、など。

Q：これから成長していく会社の条件は？

A：以下の3点です。

自社の住まいづくりのコンセプトを、分かりやすく、簡単明瞭にしていること。
全員営業型・店舗集客型の「受注の仕組み」を、一步一步構築していくこと。
住まいと暮らしの掛かり付け医になり、お得意様を育てていくこと。

Q：伸びる経営者の条件は何ですか？

A：以下の3点です。

学んだこと、よいと思ったことは、すぐ実行し、フットワークの軽い経営者。
基本戦略や基本事項を辛抱強く3年、5年間と中長期にわたり継続できる経営者。
社員、協力業者、お客様、地域、ご近所の方などとの「ご縁」を大切にしている経営者。

以上、ご質問の多い内容をQ & A形式でご紹介しました。

SD研は、皆様の最も身近なご相談相手になれますよう、日夜サービスシステムの向上に取り組んでいます。困ったときの、SD研。お忘れなく！！

代表者経歴

丹羽 啓勝(にわ ひろまさ)。昭和28年、東京の下町、あの寅さんで有名になった葛飾柴又の隣町、高砂の出身。早稲田大学理工学部建築学科卒業後、ゼネコンで6年間現場管理を歴任。その後、住宅関連FC本部に転職し、住宅性能保証業務、加盟店開発と指導(SV)、教育研修、マニュアル企画、経営企画などを歴任し、平成3年9月現在の会社を設立。創業時より大手ハウスメーカー、大手不動産仲介会社、建築系・リフォーム系FCやグループなどの顧問や専任講師を務め、現在は、地域密着、顧客密着した有力な住宅関連会社様の会員組織「ふれあい会員」づくりに奔走中。趣味は、温泉、ゴルフ、早朝の早歩き、時代小説、ジャズ。一級建築士。

創業平成3年9月。資本金1000万円。

SD研 ふれあい会員

3ヶ月間で受注の仕組み基本体系を構築します。

顧問業務の通信教育版である「ふれあい会員」について、以下ご紹介します。

登録料 630、000円（税込、ご入会時のみ）

内訳：受注基本マニュアル代、販促ハンドツール代、イベントマニュアル代、
初期顧問業務代（2回分。イベントディレクション、講演会講師も含む）

月会費 52、500円（税込、3ヵ月分毎か半年毎分毎前納制）

内訳：店舗集客3種の神器の提供

- ・月刊衣食住健康ミニコミ紙「かわら版（A4 4頁）」の原本ご提供。
- ・衣食住健康関連ミニイベントの企画支援。
- ・「衣食住自然健康商品」の地域総代理店権利の取得（会員期間中）、
定期通信顧問（主にメールやFAXによる経営上や販促上の課題解決）、
定例スクーリング

月例「経営戦略研究会」、「販促企画交流会」への定期参加と課題解決。会員
各社の課題をその場で解決するツウエイ型研修会です。

他にHPやIT関連の構築助言、SD研HPへのリンク、顧客紹介など。

ご登録手続き（契約書の締結、登録料のご入金）完了後、SD研にて開催する初期研
修会（13：00～17：00）にご参加いただきます（第1回顧問業務）

当日、贈呈する受注戦略マニュアルを元に、店舗集客を中心にした受注の仕組み体
系と現場周辺ですぐ活用できる40点ほどのハンドツールの使い方を解説します。
その他、備長炭等衣食住健康商品の効能と活用法、シックハウス症候群予防法をお
話しします。最後に、展示商品のご注文と年間イベント計画を立てます。

その後、2ヶ月目、3ヶ月目と計2回、会員企業にて個別顧問業務を実施します。
内容は、会社の強みを活かした受注の仕組み体系について。日常の集客から、商談、
クロージング、アフター、営業管理にいたる、一連の流れを組み立てます。

ふだんは、メールを利用した「定期ハウレンソウ」にて、課題の解決を図ります。
また、スクーリングの場として、月例の「経営戦略研究会」や「販促企画交流会」
を開催しています。メールでも、研究会・交流会でも、個別の課題を解決します。
衣食住健康商品の取引きは、毎月末締め翌月20日に、現金にてお支払いいた
だきます。契約期間は1年で、以降自動更新されます。

かわら版は、店舗周辺の優良で有力なファンや見込み客が育つ土作りに役立ちます。
1年、2年、3年と継続していくことで、より大きな効果が出てきます。1社で企
画編集しますと、毎月一人分の人件費以上のコストがかかります。

ふれあい会員間の交流、研さんは活発で、大きな特長の一つになっています。

ご要望により各種課題解決を目的とした個別の顧問業務、店舗集客力向上の顧問業
務（別紙）もお引き受けします。月額210、000円～。

私どもは、会員様にとり、企画部門、マーケティング部門、教育部門などのアウト
ソーシング、そして事業発展に向けての身近な相談先としての役割を果たします。

会員お申込・ご登録の流れ

会員登録のお申込み（FAXまたはメール）

会員「依頼書」へご記入・押印

登録料・月会費お振込み

SD研にて初期研修会ご参加（マニュアル・販促ツールの贈呈と解説、商品知識の習
得）、衣食住健康商品の選定とご注文

1、2ヵ月後ファンづくり用イベント・講習会のお手伝いと初期顧問業務実