

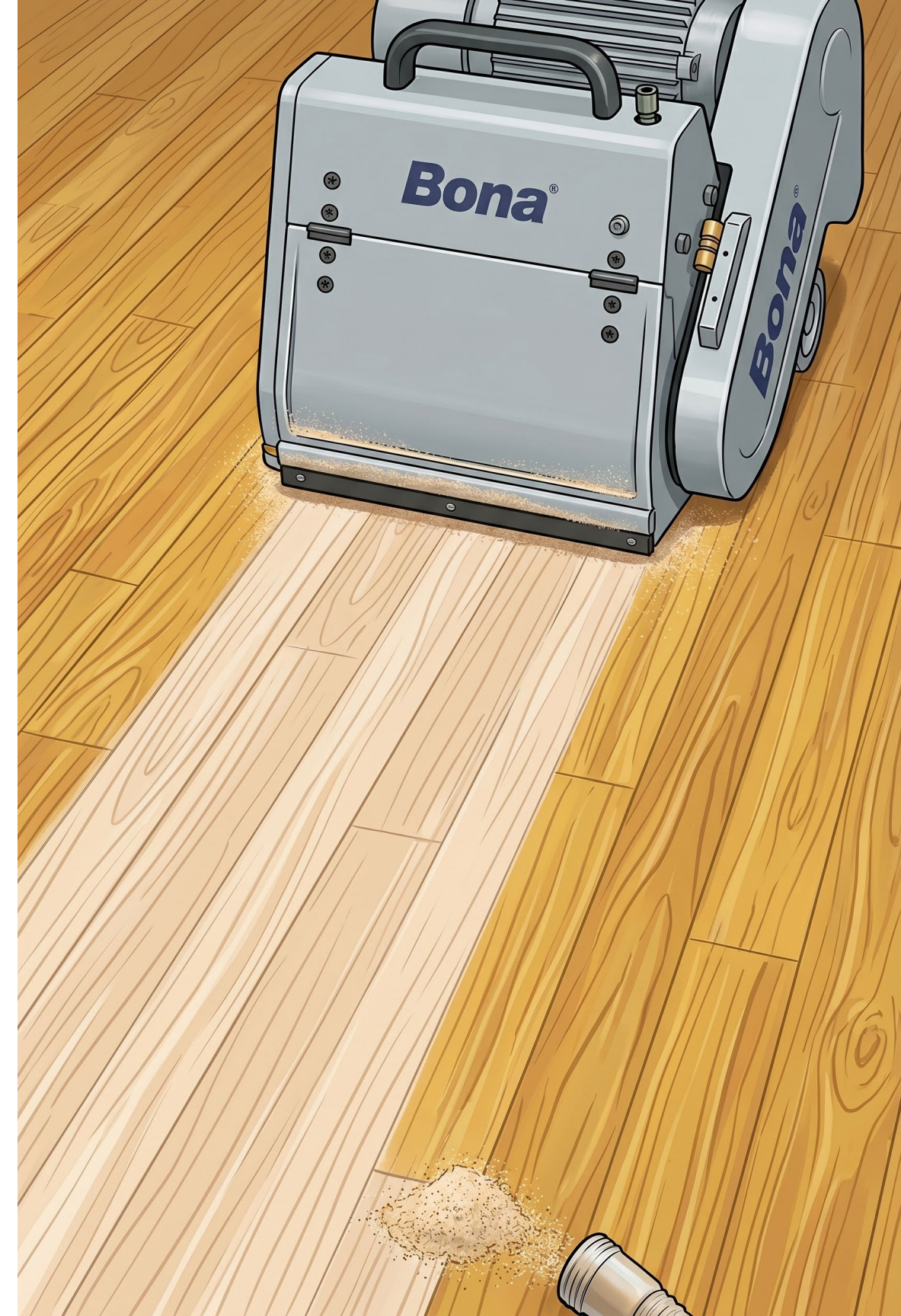
床の研磨再生事業のご提案

**顧客・床を捨てずに
生まれ変わらせる。
ビジネスチャンス！**



発行：日本ハウスコティング協会

作成：株式会社ティースタイル 田中 忍 TEL 090-4962-4103



本提案の要旨

新築市場の縮小とフロアコーティング受注の減少という課題に対し、もう一つの解答として「床の研磨再生事業」をご提案します。既存の技術資産を最大限に活かしながら、新たな顧客層を開拓し、収益柱を増やす戦略です。

時代の追い風

国策としての住宅長寿命化が進み、「作って壊す」から「直して長く使う」へ。政策も消費者意識も、既に転換済みです。

柔軟な参入

初期投資ゼロの協業型から内製型まで、自社の状況に合わせた参入形態を選択できます。

収益の実像

月3件×平均60万円の試算で、年間2,160万円超の売上が既存顧客への追加提案だけで到達可能です。

再生×ストック

既存の床材を再生することで廃棄ゼロ・長寿命化を実現。環境価値と経済価値を同時に提供します。

協業×内製

研磨を会員に依頼しコーティングのみ自社対応でも、利益率の向上と顧客満足度の向上を同時に実現できます。

👍 結論：フロアコーティングの次の武器は「研磨再生」。小さく始め、着実に育てる事業です。

時代は「再生」を選び始めている

新築着工が減少する一方、住宅の長寿命化・改装改修への投資は右肩上がりが続いています。住宅政策の根本は既に「ストック重視」「長寿命化」へと転換しており、市場の追い風は明確です。

1

長寿命化リフォーム市場

2023年度の住宅長寿命化リフォーム市場規模。需要は着実に拡大中。

2

建築補修投資の伸び

2025年度・前年度比。新築投資が減少する中、補修分野は高い伸びを記録。

3

研磨＋コーティングの耐久性

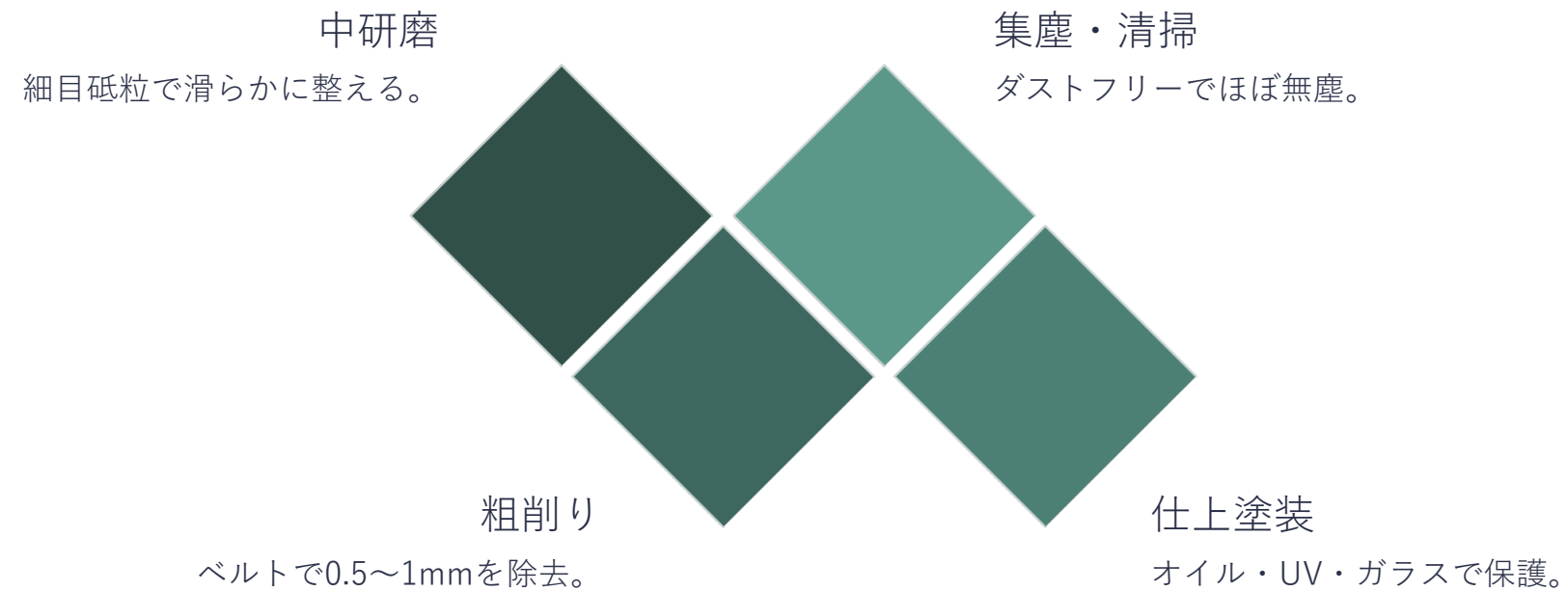
「一生モノの床」として提案できる、技術的な裏付けとなる最長耐用年数。

「いいものを作って、きちんと手入れして、長く使う。」 — 国土交通省「住生活基本計画」（令和3～12年度）

出典：内閣府「令和6年度 年次経済財政報告」、建設経済研究所「建設投資見通し2026」

床の研磨再生という技術

専用機械で床材表面をわずか0.5~1mm削るだけ。無垢材・ひき板は削るたびに新しい木肌が現れ、新築時の美しさが蘇ります。ダストフリー工法により、住みながらの施工も可能です。



木材は「削れば新品同様に戻せる」— その特性を最大限に活かす技術です。4つの工程で、傷だらけの床が白木に戻り、コーティングで長期保護されます。

✓ 研磨再生OK (対応可能)

- 無垢フローリング (2~3回研磨可)
- ひき板フローリング (表面2mm以上)
- 体育館・幼稚園の木床

✗ 研磨再生NG (対応不可)

- 突板フローリング (表面層が薄い)
- シートフローリング
- クッションフロア

張替え vs 研磨再生 — 徹底比較

顧客にとって、研磨再生は「張替え」のあらゆる弱点を克服する選択肢です。費用・工期・環境負荷・仕上がりのすべての比較軸で、研磨再生が顧客にとって有利な選択肢となります。

比較軸	張替え（従来の選択肢）	研磨再生（新しい選択肢）
費用	高額（材料＋解体費）	張替えの1/2～2/3以下
工期	数日～1週間以上	最短1日／張替えの半分以下
住みながら	家具移動・仮住まいが必要な場合も	可能（ダストフリー工法）
資源・環境	既存材を廃棄・新材を大量消費	既存材を再生・廃棄物ほぼゼロ
仕上がり	新品（質感は変わる）	新築時の風合いのまま新品同様

✔ あらゆる比較軸で、研磨再生が顧客にとって有利な選択肢となります。提案時の説得力は圧倒的です。



05 | SYNERGY

私たちだけの答え — 研磨 × コーティング

研磨専門業者でもなく、コーティング専門業者でもない。両方を一貫提供できるのは、フロアコーティングの技術基盤を持つ我々だからこそ実現できる、唯一無二の価値です。研磨で白木に戻し、コーティングで最長30年保護する — これが「一生モノの床」の正体です。

1

美観の維持

研磨だけでは数年でまた汚れが付着します。コーティングを組み合わせることで、新品の美しさを長期間保持できます。

2

メンテナンス軽減

ワックス不要・水拭き可能。顧客の日常的な手入れが圧倒的に楽になり、満足度と信頼が向上します。

3

長寿命の実現

UV・ガラスコーティングで最長30年の耐久性を実現。次回研磨までの間隔も大幅に延長できます。

4

高付加価値化

単なる再生工事を越えた「プレミアム床再生」として高単価化が可能。値引き競争から抜け出せます。

眠っていた5つの顧客層を、掘り起こす

これまで「無垢材にはコーティングできません」「オイル仕上げなので対応不可」とお断りしていた層が、そのまま新たな売上機会に変わります。取りこぼしてきた市場は、想像以上に大きいのです。

⚠️ これまで：「無垢材にはコーティングできません」とお断り → 顧客は他社へ流れ、または張替え業者へ。取りこぼしてきた売上は無視できない規模です。



築10～20年の無垢材戸建住宅

「愛着はあるが傷が気になる」という顕在ニーズ層。感情的訴求が効きやすく、高単価提案を受け入れやすい顧客です。



幼稚園・保育園・学校施設

経年劣化によるささくれ等の安全性問題があり、定期メンテナンスの必要性が高い施設系顧客です。



商業施設・飲食店・ホテル

来店客向けの美観維持ニーズが強く、定期的な施工契約に結び付きやすい法人顧客です。



体育館・競技施設

グリップ性能維持のための定期メンテナンス需要があり、施設管理者との継続契約が見込めます。



中古住宅購入者・リノベ層

ストック活用志向で急成長中のセグメント。リノベーション工事との組み合わせ提案が有効です。

既に動いている会員企業がある

協会内では、研磨再生を内製化して事業展開を進めている会員企業が既に存在します。後発参入だからこそ、先行企業の試行錯誤を省略し、最短ルートで立ち上げが可能です。

1

機材内製化

Bona等のサンディングシステムを導入し、自社で研磨を実施。施工品質のコントロールと利益確保を両立。

2

技術者育成

既存のコーティング技術者に研磨技術を追加習得させることで、新規採用なしに対応力を拡大。

3

パッケージ商品化

「研磨+コーティング」をセット提案として定価化。価格の透明性と提案の簡便さを実現。

4

法人・施設展開

住宅に加え、体育館・幼稚園・店舗にも営業を拡大。単価・件数ともに大幅に向上。

✓ 先行事例のノウハウ

機材選定・価格設定・営業手法まで試行錯誤を省略できます。

✓ JHCAネットワーク

会員間の情報共有・相談体制で立ち上げを加速できます。

✓ 地域競合がほぼ不在

この領域に本気な業者は、各エリアにほぼ存在しません。

✓ 参入障壁が守りに

一度確立すれば、後から参入する他社に対して優位が続きます。

詳細な先行企業情報は、JHCA事務局にてご照会可能です。

期待される経営インパクト

受注単価・粗利率・顧客LTV — 3つの視点で、研磨再生が経営に与える効果を整理します。いずれも既存のフロアコーティング事業に直接乗せられる追加効果です。

+30～80万

単価アップ（円／件）

従来のコーティング単独に研磨が加わり、1件の単価が大幅にアップします。

+5～15pt

粗利率の向上

一貫施工は価格比較が困難なため、値引き圧力が小さく粗利率を押し上げます。

+2～3回

顧客LTV延長（生涯）

5～10年周期の再施工が発生し、リピート受注の強固な基盤となります。

CASE STUDY — 達成可能な規模感

既存顧客への提案だけで達成可能な試算

60万円 × 3件／月 × 12ヶ月

年2,160万円

戸建・20畳規模の標準案件を想定。新規顧客開拓を加えれば、さらなる上積みも現実的です。

※ 案件規模・地域により変動します。

2つの事業モデル — 自社で全部やる必要はない

研磨機材を自社で導入する道だけが、正解ではありません。会員企業同士の分業で、初期投資ゼロから始める協業型という選択肢もあります。自社の状況・リソースに合わせて、最適なモデルを選択できます。

MODEL A — 内製型

自社で研磨＋コーティングを一貫施工

- 受注単価の全額が自社売上に
- 施工ボリュームの拡大が可能
- 機材・研修への初期投資が必要
- 習得期間・人員配置の負担あり

MODEL B — 協業型 ★ 初期投資ゼロ

研磨はJHCA会員に依頼、自社はコーティングに集中

- 機材導入・研修が不要、即日スタート可
- 自社の得意領域（コーティング）に集中
- 先行企業と連携しながらノウハウを蓄積
- 実績が積み上がれば内製化へ移行も可能

① どちらのモデルでも、「研磨＋コーティング」の一貫提案が可能です。まずは協業型で始め、需要が見えた段階で内製化へ移行するのが推奨ルートです。

導入ロードマップ — 無理なく育てる3段階

最初から高額機材を揃える必要はありません。外注連携から始め、需要が見えた段階で内製化へ — が鉄則です。3つのフェーズを通じて、リスクを最小化しながら確実に事業を育てます。

1

PHASE 01 | 学習・試験期 (Month 1-3)

JHCA相談窓口を活用し技術情報を取得。
Bona等メーカーの研修に参加し、既存顧客数件で試験施工を実施して実績を積み上げます。

2

PHASE 02 | 協業・展開期 (Month 4-9)

研磨専門業者との業務提携を締結。自社ブランドで受注し研磨部分は外注で対応。ビフォー/アフターの営業ツールを整備し、実績とノウハウを蓄積します。

3

PHASE 03 | 内製化・収益化期 (Month 10~)

サンディング機材の導入（リース→購入）。専任施工者を育成・配置し、施設・商業案件への本格展開で高付加価値サービスとしてブランド化を図ります。

👍 どのフェーズからでも始められます。大切なのは、最初の一歩を踏み出すことです。

導入の全面サポートをお約束します

「何から始めれば良いか分からない」— 迷う前に、一度ご相談ください。個別の事情に沿って、最適な進め方を一緒に考えます。本提案・サポートは、JHCA会員企業様を対象とした無償サービスです。

サポートメニュー

- 技術的な疑問・工法選定の相談対応
- 先行導入企業とのマッチング支援
- 機材選定・メーカー紹介のアドバイス
- スタッフ向け研修・技術習得の支援
- 見積り・価格設定の考え方の共有
- 営業ツール・販促素材のサンプル提供

PRIMARY CONTACT

本件のご提案担当

株式会社 ティースタイル

田中 忍

TANAKA SHINOBU

TEL : 090-4962-4103

お電話・直接訪問でのヒアリングも承ります。

削って、護る。

これが、私たちの次の武器。

01. 時代の追い風

「張替え」から「再生」へ。国の政策も顧客の意識も、ストック活用型へ転換済みです。

02. 他社にない武器

研磨+コーティングの一貫提供は、どの専門業者にも真似できない独自の領域です。

03. 今日から始められる

過去に「無垢材で対応不可」と断った顧客への再アプローチが、最初の一步になります。

次の一步は、いつでも、ここから。

090 - 4962 - 4103

株式会社ティースタイル 田中 忍 までお電話ください。

Japan House Coating Association / 2026