

WEB MESSAGE STOCK PERFORMANCE

BLOG WORK IDEA MARKETING

SEMINAR

CHECK POINT NETWORK

【アフターナフショック】 地域一番店だけが勝てる時代へ

～材料確保後の経営戦略と販促実行計画～

COMPLIANCE TAX GLOBAL ECONOMY

MONEY FUND

COMMUNICATION



このようなお悩みありませんか？

本レポートは以下のようなお悩みを抱える塗装・リフォーム会社様向けレポートです。

- 材料不足や価格高騰への対応に悩んでいる
- 利益率の低下で今後の経営に不安がある
- 競合が少ない今のうちにシェアを拡大したい
- 広告費を増やすべきか判断できない
- WEBやSNSを活用した集客を強化したい
- OB顧客への提案方法を見直したい
- 地域一番店として選ばれる会社になりたい

1つでもあてはまる場合、

すぐに本レポートを無料ダウンロードすることをオススメします。

本レポートでわかること

- ✓ アフターナフサショックで勝ち残るための経営戦略
- ✓ 競争が停滞する今だからこそ実践したい販促施策
- ✓ WEB・SNS・MEOを活用した集客強化のポイント
- ✓ 地域シェアを拡大するための具体的な行動計画
- ✓ 資金調達を活用しながら販促を強化する考え方
- ✓ 地域一番店を目指すための実践ロードマップ

地域一番店を目指す経営者さま、ぜひ経営に役立ててください！

02 ナフサ回復の流れ

大手塗料メーカーへの供給が戻り始めた——地域一番店が動ける窓口が開く

2026年
2~3月

ショック発生

ホルムズ封鎖。
ナフサ調達が急停止。
業界全体がパニック状態。

4~5月

減産・値上げ波

大手メーカーが相次ぎ
減産・値上げを発表。
中小は材料難の直撃を受ける。

6月~

大手から回復開始

大手塗料メーカーへの
ナフサ供給が戻り始める。
優先顧客（大手）から出
荷再開。

← 今ここ

7~8月

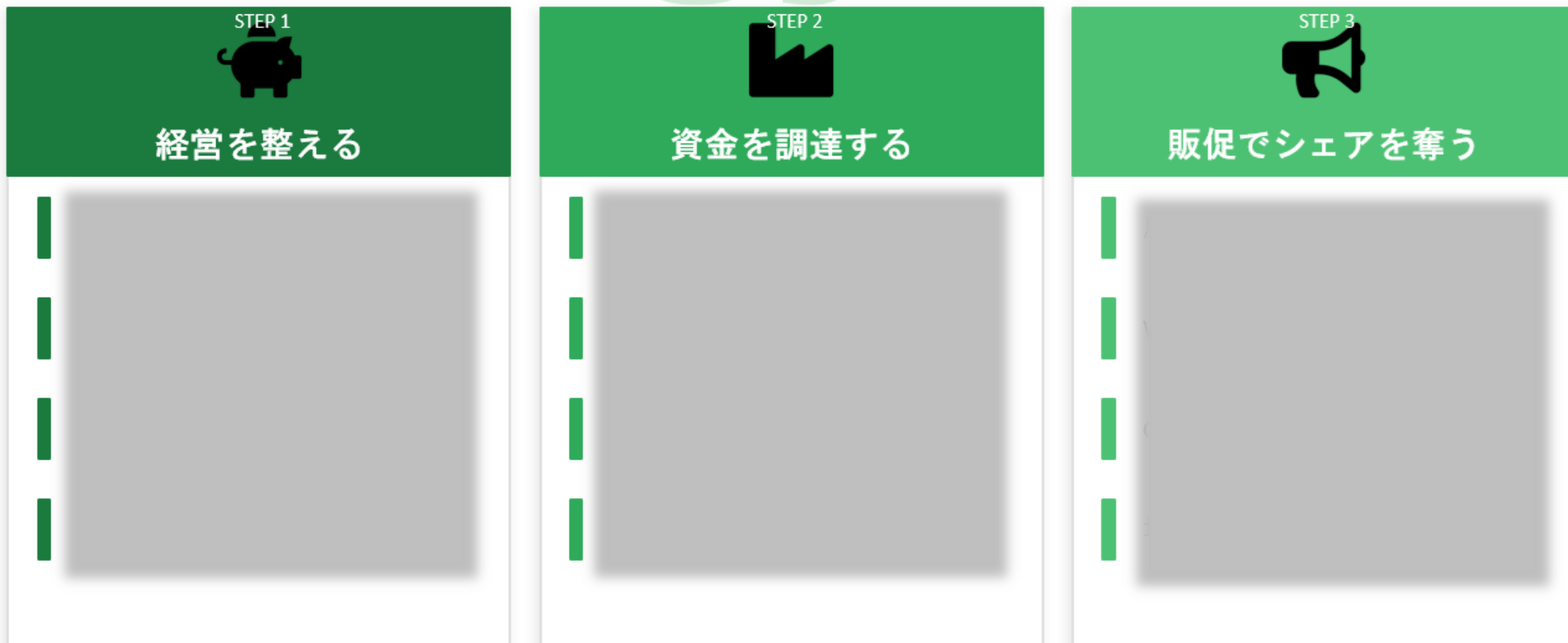
中小へ波及

地域一番店クラスの
塗装会社へも材料が届き
始める。
弱者は入手できないまま。

▶ 材料が戻る時 = 地域一番店が動ける時。この正気を逃すな。

04 打開戦略の全体像







経営を整える → 資金を確保する → 攻める販促で一番店のシェアを拡大する



モザイクなしはダウンロードフォームへ！

06 WEB・SNS販促戦略

デジタルでシェアを奪う具体的実行プランー3チャンネルをKPI付きで動かせ

		
<p>Google広告 / MEO</p> 	<p>SNS (Instagram / LINE)</p> 	<p>SEO / コンテンツ</p> 
<p>目標CPA : ¥30,000以下</p>	<p>目標 : フォロワー月+100人</p>	<p>目標 : SEO問い合わせ月+5件</p>

モザイクなしはダウンロードフォームへ！

07 資金調達 × 販促 = シェア最大化

借入れを武器にする——資金がある会社だけが攻められる



使える資金調達手段

- ✓
- ✓
- ✓

今週中にやること

-
-
-
-

モザイクなしはダウンロードフォームへ！