

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様、および関係者の皆様に心よりお見舞い申し上げます。

地元を愛する住宅会社の社長が 創業以来、取り組み続けた

紹介

受注の仕組み 教えます



株式会社 スタイリッシュハウス
代表取締役 佐藤秀雄氏

お客様からのアンケートと品質
検査にこだわり続けてきました。
今では2棟に1棟がご紹介からの
契約になりました。

同時
ご案内

オンライン開催：「住宅会社向け・紹介受注の仕組み構築セミナー」お問い合わせNo. S065520

①2020年11月9日(月) 開催時間13:00~16:30
②2020年11月17日(火) 開催時間13:00~16:30

お申込みのお問合せ：中田萌絵
講座内容のお問合せ：根本侑弥

お申込みは
こちらから→



主催：株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研 大阪本社ビル

TEL：0120-964-000 (平日9:30~17:30)

「お客様から大満足いただいて、ご紹介だけで 成り立つぐらいの住宅会社にしたい！」

私は創業当時からずっとそう信じて経営をしてきました。

「紹介」に関わる情報はすべて取り寄せ、あらゆる手法を試しました。その結果わかったことは、“小手先の紹介促進活動”では、せいぜい紹介へのお礼金を渡して喜んでいただいております。

継続した仕組みにはなりえないということでした。

それでも試行錯誤を繰り返した結果、今では年間契約60棟のうち、約半数が紹介受注という成果へとつながりました。その取り組みと私たちの考え方を皆さんと共有できればと思います。

まずは続きをお読みください。

意外だったのは、 厳格な検査が、協力業 者さんの紹介を急増 させたことです



栃木県足利市出身。
2004年に株式会社スタイリッシュハウスを設立し、住宅事業を始動。2019年、スタイリッシュハウスは栃木県足利市で60棟と地域No.1ビルダーに成長している。地元根付き、紹介率は驚異の50%と、業界大注目の会社である。

株式会社スタイリッシュハウス
代表取締役 佐藤秀雄 氏

「住宅会社は地域密着が基本。売上や棟数のみを追い求めるのではなく、お客様満足度でトップに立ち、そして紹介を増やしたい。」

もともと私はそういう思いが強く、
30棟を超えた頃から本格的に紹介にこだわり始めました。

紹介制度にニュースレター、よく聞く紹介手法は大体取り入れました。
しかし、結果はイマイチ。

「そりゃそうだよな」実は私の中では予想通りの結果でした。というのも、紹介料や特典でお客様を釣るのはどうもしっくり来ていなかったのです。

私の中にはある信念がありました。

それは**“なにより品質を高め、お客様満足度を上げる事への評価が「ご紹介」という結果としてあらわれるものだ”**ということでした。

そのために、具体的に取り組んだことは・・・

まずは自信をもってお引渡しができる品質確保の仕組みを社内につくること。

営業から工務への引継ぎでの伝達漏れを無くすために、着工前の社内連携会議、お客様最終会議で、お客様のご要望と疑問や不安に全て答えてしまう。つまり、着工時には、未決定事項は一切ナシでスタートできる体制にしました。

次に、社内検査はできる限り細かなところまで改善を重ねました。

当初は監督がチェックする一般的なものでした。

しかし、それだとどこかに甘さが出てしまいます。そこでスタイリッシュハウスの

社内検査は、**全く現場を知らない事務パートさん**にお願いしました。**ダメ出しはその場で職人さん**や**協力会社さん**に行います。

「少し厳しすぎる」とか「素人の検査では品質と関係ないところまで修正を求められる」と最初はかなり不評でした。

しかし、この素人ならではの目線での指摘がお客様満足度にはかなり影響したようで、引き渡し後のクレームはずいぶん減少しました。

しかし**検査による本当の効果**はもっと別の結果としてあらわれてきました。



厳格な社内検査をスタートした年から、一気に 紹介数が増えたのです。

しかもその伸びはOB様というよりも協力業者からの紹介数に顕著に表れました。
「仕事は大変だけど、これだけ厳格な検査をやるなら、知り合いには紹介しやすいよね」

厳しすぎると嫌がられていただけだと思っていた検査に対して、職人さんや協力業者さんは、予想外の評価をしてくれていたのです。

そして、創業以来何より私が力を入れて取り組んだことがあります。

それは、**お客様アンケートに
とことんこだわる**ということです。



**いただいたアンケート結果は
社員、協力業者さんの前で発表**し、悪い場合は真摯に受け止め、改善に努め、良かった場合は社員や協力業者さんに心からの感謝を伝え、褒めたたえます。そして“寸志”“社長賞”を手渡しするようにしました。



一見、お金で釣っているように思う方もいるかもしれませんが、
トップが本気で感謝を伝え、労りの言葉と共にお金を支給することは分かりやすい愛情表現の一つと考えました。

これにより、全員のやる気スイッチが押され、協力業者さんを巻き込みながら

会社として“お客様を大切に作る姿勢”を伝えて

いったのでした。

実は、**この取り組みが口コミを拡げる最大のポイント**だったと思います。

社員や協力業者さんが「あそこはきちりしているよ、品質良いよ」と言ってくれたら、営業マンが言うよりはるかに説得力があったのでした。

すると、嬉しい知らせが立て続けに耳に入ってきたのです。

「こんなにしっかりしている会社なら安心できる」と社員や協力業者さんからの紹介が増えて

きたのです。そうです。社員やプロが見ても本当に良い家だと薦めてくれる“本質的な紹介”が増えたのでした。

これは住宅会社の社長としては何よりも嬉しいことでした。

そして私の中にはもう一つ取り組みたいことがありました。それは・・・

“もっと地域に貢献できる活動をしたい。そしてその活動を通じて知名度アップに繋がったらもっと良い”という想いでした。

私の会社は様々な地域イベントに参加しました。

- ・ 2800人規模！ショッピングモールを使った子育てフェス
- ・ 花火大会への協賛 ・ 地元少年野球チームへの応援協賛
- ・ NPO法人スタイリッシュライフの活動
- ・ 近隣清掃 ・ 寄付金・協賛金



また、住宅事業以外にも介護事業やリフォーム事業など、色々な形でスタイリッシュハウスが地域に関わるようにしていきました。



その結果、色々なイベントが社名を知るキッカケとなり、ニュースレターや紹介制度などの紹介手法も見事に噛み合い始め、みるみる紹介案件は増えていきました。



そして2019年、私の会社は契約60棟の内その半数が紹介受注となりました。

ここ数年の取り組みでウチの会社は、

- ・社員や協力業者さんからの紹介が増え
- ・集客に左右されずに契約が安定し
- ・広告宣伝費も削減でき
- ・社員や業者さんと一体感が生まれ
- ・知名度も爆発的にアップし
- ・地域での良い評判が広がり

地域に愛される強い会社に進化しました。

■小さくても地元でNo.1企業を目指す

住宅会社はその地域で育てていただきながら、成長していく産業だと思います。地域で業績を維持していくには、地域のお客様から支持していただく事が何よりも大切です。高品質な住宅を建て、アフターや様々なサービスにも力を入れる。真心あるスタッフが地域のことを考えながら、日々の業務を丁寧に行う。

そんな住宅会社こそ、お客様はもちろん、社員や協力業者さん、そのご家族様や地域全体から愛される会社です。そんな地域No.1企業になれたらと思います。

2019年の秋以降、集客数減が全国的に言われています。

まだまだ道半ばですが、私たちのここ数年の取り組みが、紹介を増やしたいと思われている社長の何かのヒントになればと思い、この度3年ぶりに船井さんのセミナーに登壇させていただくことになりました。

実はこの取り組みにはここでは書けない裏話もあります。その部分については、本セミナーにご参加いただいた方にだけ、お話しさせていただこうと思います。これを機に本気で紹介数（紹介率）UPを目指していきましょう。

お客様も、協力業者さんも
社員さんも・・・紹介したく
なる住宅会社になるために



(株)船井総合研究所 HRD支援部
根本 侑弥

お読みいただきありがとうございます。ここからはセミナーのご案内です。

テーマはズバリ、**「地域に愛される住宅会社になり、
紹介受注をぐんと伸ばす仕組み作り」**です。

紹介制度やニュースレター、感動の引き渡し式…など、既に紹介手法に取り組まれている会社さまがほとんどかと思えます。

しかし、モデル企業と同じ紹介促進の取り組みをしているのにイマイチ成果に繋がらない。そんな会社様が多いのではないのでしょうか。

そうです。残念ながら、世の中の住宅会社は、**大多数の成果に繋がらない会社と、ごく少数の成果に繋がる会社に分かれます。**

ではその違いは何なのか。スタイリッシュハウス様の取り組みから紹介率アップの2つのポイントが見えてまいりました。

一つ目はズバリ**“品質アップにとことんこだわる”**事です。

この業界がよく繰り返すパターンで、勢いよく一気に急成長したあと、その後急降下…というのがあります。原因は何なのか。ズバリ“悪い口コミ”です。企業の成長に現場の施工品質が追いついていかないのです。

その結果、ミスが連発し、クレームの嵐が起き、悪い評判が起こり、集客数が減る…と悪いサイクルに入ってしまいます。

なので、**“ミスがない仕組み作り”**“**施工品質アップ”**は企業が成長を維持し、安定経営をするために**とても重要**になってくるのです。

2つ目のポイントは、**“良い評判を地域に広げる仕組み”**です。スタイリッシュハウスさんを例にとると、

お客様アンケート結果を業者会で発表し、褒め讃え、賞金を渡す。

そうすると、家に帰って賞金を家族に渡す際に理由を言う。

“良い仕事をしたから表彰された”と自慢し、“あの会社は品質もしっかりしている”という、良い評判が起こる、これが更に拡散していく…という流れです。

住宅会社の評判や口コミは建てた人から広まると思われがちですが、

実は、**内情を良く知っている社員や協力業者さんが一番の口コミ発信源**なのです。

それに加えて、スタイリッシュさんは子育てフェスのような大規模イベントを主催するなど、地域に貢献する活動をする事で知名度を爆発的に上げたのです。

そして、そこに**“良い評判”**と**“従来やっている紹介促進の取り組み”**が組み合わせることで**相乗効果が起き、ぐんぐん紹介受注を増やせた**というカラクリでした。

さて、ここまでお読みいただいた皆さまはきっと、

「そうは言っても、品質アップってどうやってやるの？」

「ウチの会社が良い評判を広げるためには？」

そう感じておられる方も多いのではないのでしょうか。

そんな方々のために、今回スタイリッシュハウス佐藤社長をお招きしたセミナーを開催させていただくことになりました。

当日の内容の一部をご紹介しますと・・・

■ 特別ゲスト講演

地元を愛する住宅会社が、創業以来取り組み続けた

紹介受注の仕組み

株式会社 スタイリッシュハウス 代表取締役 佐藤秀雄 氏

- ・ 紹介率アップに取り組むキッカケと紹介率50%までの軌跡
- ・ 協力業者から紹介が生まれる厳しい品質検査の実施方法
- ・ クレームなし！業務フローと使用ツールを大公開
- ・ アンケート結果にこだわる！業者会で表彰する取り組み
- ・ 良い評判がどんどん拡がる！口コミ設計図
- ・ 2800人規模の子育てフェスの開催方法
- ・ 地元を愛するからこそ実施している地域貢献活動
- ・ 社員・業者満足度を上げ、人材採用・定着・育成へ
- ・ 社員・協力業者さんに企業理念を浸透させる方法
- ・ 地域に愛される会社になるための今後の事業展開・・・他



■ 船井総研講座

地域密着の住宅会社が紹介受注をぐんと伸ばす方法

- ・ 続々登場！全国の紹介受注の成功事例企業をご紹介
- ・ 事例連発！紹介率アップに必要なツール大公開
- ・ クレームが起こらない業務フローの4つのポイント
- ・ 施工品質をアップする社内検査のチェック項目
- ・ 良い口コミを自然発生させる表彰制度
- ・ 爆発的に知名度を上げる地域イベントの主催
- ・ 企業理念が社員満足度に繋がる！理念経営
- ・ 地域密着企業がやる多事業化戦略
- ・ 住宅会社が行う地域から愛される安定経営・・・他

ハッキリ言います。今回のセミナーは、よくある紹介施策をお伝えするセミナーとは一味も二味も違います。

本レポートでもあった通り、紹介アップのポイントは“一つの手法”ではなく、“お客様満足度を中心に据えた一連の仕組み”にすることで初めて爆発的な相乗効果が起こります。

今回のセミナーでは、その紹介率アップのための一連の準備と流れをすべてお伝えする内容となっております。紹介をあげるための考え方から仕組みかまで、すべてお伝えさせていただきます。楽しみにしててください。

株式会社 船井総合研究所 HRD支援部 **根本侑弥**

追伸：既にスタイリッシュハウス様を参考に紹介促進に取り組まれている会社様がおられますので、お客様の声として次ページに記載させていただきます。

■ ツール一式、マニュアル等が気になる方はセミナー終了前後のアンケートに記載ください。



★セミナー申込方法★

- ・ 表紙と申込用紙右下のQRコードからWEB申込が可能

■ お問い合わせ

- TEL：0120-964-000（平日9:30～17:30）
- *お申込みに関するお問合せ：中田（ナカタ）
- *講座内容に関するお問合せ：根本



中央建設 株式会社
代表取締役社長 足立智成 氏



山陰No.1ビル
ダー。自然素
材住宅・規格
住宅を提供。

紹介受注は属人性に よるものだと思ってました。

あるOB様がたくさんお客様を紹介してくれたり、特定のベテラン営業マンがたくさんの紹介を生んだり、紹介受注というものは属人性の強いものだと思ってました。

佐藤社長のお話を聞くと、どんなお客様でも、どんな営業マンでも紹介を生むことができる、それが仕組み化できるということが良く分かりました。私のような経営者がまず、この話を理解し、会社として仕組みを用意する必要があると思います。



ミライエ 株式会社
代表取締役 古渡将也 氏



茨城県にて
平屋専門店
を展開。

小手先の施策ばかりに とらわれていました。

弊社でも紹介受注を増やそうと、紹介制度を作ったり、ニュースレターを発行したりと、様々な取り組みをしたことはあります。

しかし紹介率アップにはつながりませんでした。佐藤社長の話を聞いて、紹介受注を仕組み化するための根幹が見えたような気がします。お客様満足度だけでなく、社員・業者さんも納得するような品質の確保とサービスの実施、弊社では今までとは違った取り組みができています。



株式会社 藤城建設
代表取締役 藤城英明 氏



北海道・札幌市で
Q値1.0の高気密・
高断熱住宅を提供

営業マンのモチベーション・契約率が上がりました。

スタイリッシュハウス様の紹介受注の仕組みは、社長の経営理念に基づいています。理念が社員から業者さん・お客様へと伝わることで、良い口コミが地域で広がっているのだと思います。佐藤社長の紹介の仕組み化を参考にしたところ、弊社では紹介受注が増えるだけでなく、営業マンのモチベーション・契約率が上がりました。紹介率が上がることで、営業マンも自社の商品・サービスに自信が持てたのだと思います。



株式会社 インハウス
代表取締役 仲野隆裕 氏



福岡県・大牟
田市で自然素材
住宅を提供。

これまでの紹介受注のための取り組みが、すべて繋がりました。

わたくしは今後の人口減少、消費税増税後の集客減を懸念しておりました。そのため、より地域に根付き、集客が減っても安定的な受注ができるようにと紹介受注に力を入れておりました。今まで紹介に関する様々なセミナーに行きましたし、たくさんの取り組みもしました。佐藤社長の話を聞いて、これまでやってきたことが、自分の中ですべてつながり、腹落ちしました。今後の不景気に備え、再度紹介率の強化をはかっているところです。



伸和建设 株式会社
代表取締役 矢内傳八 氏



三重県・奈良県でカフェ風の
デザイン住宅を展開。

やるべきことは、至ってシンプルでした。

受注が安定しているとき、私の頭の中は、「いかに紹介率を高めていくか」でいっぱいでした。紹介率の高さこそ、会社の安定性を表していると思っていたからです。佐藤社長の話を聞いて思ったのは、やるべきことは、至ってシンプルだということです。まずはクレームをなくし、スタイリッシュハウスさんの紹介の仕掛けを絡めていく。この紹介受注の仕組み化に向けて、早速弊社でも取り組んでいるところです。



オフィスエイト 株式会社
代表取締役 鈴木和也氏



茨城県水戸市で
設計士と作る家を展開。

紹介制度の裏側には企業理念がありました。

スタイリッシュハウス様の紹介受注の仕組みは、企業理念「愛してる。お客様を愛し、仲間を愛し、地域を愛し、仕事を愛しています。」に基づいています。社長の思いが社員から業者さん・お客様へと伝わることで、良い口コミが地域で広がっているのでしょう。

検査の時、時には社長自ら床下へもぐりチェックをするまでの品質のこだわりが、まさに「愛してる。」を体現しているのだと思います。



御園建設 株式会社
代表取締役 秋葉幸男 氏



千葉県茂原市で低価格な住宅を提供。

販促費がかなり節約できています。

これまでは見学会の集客のため、折込やポスティングなどで販促費をたくさんかけていました。以前より集客がかなり落ちており、紹介を増やさないといけないという思いから、佐藤社長から紹介受注の仕組み化について話を聞きました。

紹介の仕組み化に取り組むことで、契約率が上がり、販促費がかなり節約できています。すべてこの仕組み化の動きを参考にさせて頂いたおかげだと思っております。



有限会社 立石設計
代表取締役 立石一之氏



京都府福知山市で
設計士と作る家を展開。

業者さんとの一体感が生まれました。

弊社は設計会社から五年前に新築請負事業に参入しました。おかげさまで2年間で30棟と受注を伸ばすことができましたが、現場トラブルが多発するようになりました。お客様からのクレームだけでなく、離れてしまう業者さんも出てきたため、このままではいけないと思い、佐藤社長のお話を聞きました。

今では、クレームもほとんどなくなると同時に、業者さんとの良い関係性が築けています。

住宅会社向け・紹介受注の仕組み構築セミナー

【開催場所】<オンライン> ①2020年11月9日（月）13:00～16:30 ②2020年11月17日（火）13:00～16:30
 （ログイン開始受付12：30より） （ログイン開始受付12：30より）

講座	内容
----	----

創業以来取り組み続けた紹介受注の仕組み

第1講座



株式会社
スタイリッシュハウス
代表取締役
佐藤 秀雄氏

- ・紹介率アップに取り組むキッカケと紹介率50%までの軌跡
- ・協力業者から紹介が生まれる厳しい品質検査の実施方法
- ・クレームなし！業務フローと使用ツールを大公開
- ・アンケート結果にこだわる！業者会で表彰する取り組み
- ・良い評判がどんどん拡がる！口コミ設計図
- ・2800人規模の子育てフェスの開催方法
- ・地元を愛するからこそ実施している地域貢献活動
- ・社員・業者満足度を上げ、人材採用・定着・育成へ
- ・社員・協力業者さんに企業理念を浸透させる方法
- ・地域に愛される会社になるための今後の事業展開・・・他

地域密着の住宅会社が紹介受注をぐんと伸ばす方法

第2講座



株式会社船井総合研究所
HRD支援部
根本 侑弥

- ・続々登場！全国の紹介受注の成功事例企業をご紹介
- ・事例連発！紹介率アップに必要なツール大公開
- ・クレームが起こらない業務フローの4つのポイント
- ・施工品質をアップする社内検査のチェック項目
- ・良い口コミを自然発生させる表彰制度
- ・爆発的に知名度を上げる地域イベントの主催・・・他

あなたの会社で紹介受注の仕組みを取り入れる方法

第3講座



株式会社船井総合研究所
第一経営支援本部
マネージングディレクター
伊藤 嘉彦

- ・企業理念が社員満足度に繋がる！理念経営
- ・地域密着企業がやる多事業化戦略
- ・住宅会社が行う地域から愛される安定経営
- ・明日から取り組んで頂きたいこと・・・他

日程がどうしても
合わない企業様へ

個別相談承ります

まずはお問い合わせください

TEL : 0120-958-270

平日
9:45～17:30
対応

～担当～
根本侑弥

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

住宅会社向け・紹介受注の仕組み構築セミナー

お問い合わせNo. S065520

開催要項

オンラインにてご参加

日時・会場

2000年 **11月9日** (月)

お申込期限: **11月5日(木)**

開始

終了

13:00 ▶ 16:30

2000年 **11月17日** (火)

お申込期限: **11月13日(金)**

(ログイン開始受付12:30より)

本講座はオンライン受講となっております。
諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。

受講料

一般価格 税抜 20,000円 (税込 **22,000円**) / 一名様

会員価格 税抜 16,000円 (税込 **17,600円**) / 一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記お申込み担当者へご連絡ください。なお、ご入金が確認できない場合は、お申込みを取消させていただく場合がございます。●ご参加を取り消される場合は、開催3営業日(土・日・祝除く)前まではマイページよりキャンセルをお願い致します。それ以降は下記事務局宛にメールまたはお電話にてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。
●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込方法

下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。受講票はWEB上でご確認いただけます。
または、船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)、右上検索窓にお問い合わせNo. 065520を入力、検索ください。

お問合せ

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken 株式会社 船井総合研究所

TEL: **0120-964-000** (平日9:30~17:30)

●申込みに関するお問合せ: 中田萌絵 ●内容に関するお問合せ: 根本侑弥

検

お申込みはこちらからお願いいたします

11月9日(月)オンライン
申込締切日11月5日(木)

11月17日(火)オンライン
申込締切日11月13日(金)

